

Miina Markkanen

Painetun ja digitaalisen kirjan yhteissuunnittelu

Metropolia Ammattikorkeakoulu
Medianomi
Viestinnän koulutusohjelma
Opinnäytetyö
25.5.2012

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Miina Markkanen Painetun ja digitaalisen kirjan yhteissuunnittelu 49 sivua 25/5/2012
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Viestinnän koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja(t)	Arja Vuorio Pekka Krankka
<p>Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään kirja-alalla vallitsevaa digitalisoitumisen mukanaan tuomaa muutosta. Perinteisen painetun kirjan asema tiedonvälittäjänä nollaviiveyhteiskunnassa on horjumassa, ja elektronisen kirjan ja siihen liittyvien sähköisten palveluiden kehittäminen on alan murroksessa avainasemassa. Työssä pohdittiin myös kirja-alan tulevaisuuden haasteita. Yksi opinnäytetyön tavoitteista oli koota yhteen muutokseen vaikuttavia tekijöitä ja yleisesti käytettäviä tiedonvälityskanavia.</p> <p>Opinnäytetyössä etsittiin vastauksia myös sille, mitä on järkevää tuottaa painetussa muodossa ja mitä digitaalisena. Sisällön merkitys korostuu välityskanavan valinnassa. On myös tärkeää miettiä, miten sisältö saadaan loppukäyttäjien eli lukijoiden ulottuville heidän tarpeensa ja toimintatapansa huomioiden. Tarkoituksena oli myös arvioida painetun- ja digitaalisen kirjan yhteiseloja tulevaisuudessa, sekä graafisen suunnittelijan roolia toimivien ratkaisujen löytämisessä.</p> <p>Painettujen suurteosten asema on heikentynyt. Opinnäytetyön toiminnallisessa osiossa etsittiin vastauksia sille, millaisia mahdollisuuksia suurteoksella olisi digitaalisessa maailmassa ja olisiko suurteosta mahdollista digitalisoida sen arvon säilyttäen. Millaista lisäarvoa teokselle voisi tuoda digitaalisena? Esimerkkinä toimii suurteos Maailman kaunein – Suomalaisen lasin kultakausi 1946–1965, jota pyrittiin pitämään teoreettisena vertauskohteena erilaisten ongelmakohtien ja ratkaisujen pohdinnassa yhteissuunnittelua koskien.</p>	
Avainsanat	Painettu kirja, e-kirja, välityskanava, yhteissuunnittelu, suurteos

Author(s) Title Number of Pages Date	Miina Markkanen The co-design of printed and digital book 49 pages 25 May 2012
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Degree Programme in Media
Specialisation option	Graphic Design
Instructor(s)	Arja Vuorio Pekka Krankka
<p>The subject matter of this Thesis is the current change within the book industry that is being rapidly digitalized. The position of a traditional printed book as a medium for information in the 'zero-delay-society' is wavering, and the development of electronic books and e-book related services is now in key position. The aim was to collect important factors that cause the change, and the channels generally used for information transmission. Another aim was also to evaluate the challenges that the book industry will face in the near future.</p> <p>The Thesis searched for answers to the question: what should be produced in print and what should be produced in the digital form. The nature of the content is an important factor when choosing the channel in which the content will be presented. It is also important to think about the end user, the reader, and how their needs and expectations can be met. A further aim was also to consider the co-existence of the printed book and the e-book in the future, and a graphic designer's role in trying to find usable solutions.</p> <p>The position of printed masterpieces has decreased in the book industry. The functional part of the Thesis examined the possibilities a masterpiece could have in the digital world, and if it were possible to digitalize a printed masterpiece without losing much of its value. Maaillman kaunein – Suomalaisen lasin kultakausi 1946–1965, was used as an example in theoretical comparison between a printed masterpiece and a theoretical digitalized masterpiece. The aim was to study if it were possible to create a valuable digital masterpiece, and how the printed book and e-book could benefit from co-design.</p>	
Keywords	Printed book, digital book, medium, co-design, masterpiece

Sisällys

1. JOHDANTO	2
2. KIRJA-ALAN MUUTOS	3
2.1 Muutoksen taustalla	3
2.2 Maksuttomuuden maailmassa	4
2.3 Tulevaisuuden haasteet	7
3. VÄLITYSKANAVAT	9
3.1 Mikä on kirja?	9
3.2 Lukulaitteet ja jakelukanavat	10
3.3 Tekijänoikeudet	16
4. DIGITAALINEN VAI PAINETTU?	18
4.1 Välityskanavan valinta	18
4.2 Sisällöntuotanto	20
4.3 Tunne voimavarana	23
5. YHTEISSUUNNITTELU JA SUURTEOS	25
5.1 Mikä yhteissuunnittelu?	25
5.2 Ilmaisun vahvuudet välityskanavissa	30
5.3 Ilmeisimmät erot suunnittelussa	34
5.4 Digitaalista lisäarvoa ja elämyksiä	39
5.5 Suurteosten tulevaisuus	43
6. YHTEENVETO	44
LÄHTEET	46

1. Johdanto

Informaatioteknologinen vallankumous, Internetin valtakausi, tietoyhteiskunta ja elämys-talous; kaikki nämä ovat tuttuja aiheita aikaansa seuraaville ihmisille ja ne myös vaikuttavat hallitsevasti nykyihmisen elämään. Pyrimme parhaamme mukaan sopeutumaan alati muutuvaan maailmaan ja vuosisatojen kehityksen aikana olemme omaksuneet jotkin ihmisen luomat asiat tärkeäksi osaksi yhteiskuntaa. Tärkeimpiin ihmiskunnan kehityksen peruspilareihin kuuluvat kirjoitustaito ja lukeminen. Kirjoitustaidon ja lukemisen kehityksen tuotteena on syntynyt arvokas esine ja tiedonvälityskanava, joka tuttuudessaan ja moniulotteisuudessaan herättää ihmisissä värikkään tunteiden kirjon. Tämä esine on kirja.

Miten suhtautua, kun jokin tärkeä asia on suuren muutoksen edessä? Kirja-alan digitalisoituminen on ollut odotettavissa jo kauan, ja sitä on edeltänyt monien muiden alojen saman suuntainen kehitys. Aikanaan televisiota pidettiin kuoloniskuna radiolle, mutta molemmat mediat ovat löytäneet oman yleisönsä ja elävät sovussa rinnatusten. Sähkö- tai e-kirjaksi kutsutun tuotteen tai palvelun tuleminen on herättänyt joissakin ihmisissä samanlaisia reaktioita ja kyseistä mediaa on synkimmissä skenaarioissa leimattu perinteisen kirjan pyöveliksi. Muutokset kirja-alalla koskettavat väistämättä kaikkia painetun kirjan parissa työskenteleviä ihmisiä ja ammattikuntia. Joillekin tahoille, esimerkiksi pienille toimijoille, on odotettavissa myrskyisää lähitulevaisuutta ja toisille kehityssuunta on tervetullut onnenpotku.

Oleellista on kuitenkin miettiä, mikä kirjan tehtävä yhteiskunnassa on ollut ja erityisesti mikä se on nyt ja tulevaisuudessa. Onko tärkeintä välittää mahdollisimman monelle ihmiselle tietoa ja elämyksiä vai pitää kiinni vuosisataisista perinteistä silkasta kunnioituksesta painettua kirjaa kohtaan? Näiden kahden median ei tarvitse poissulkea toisiaan ja takertua kankeaan mustavalkoiseen skaalaan. Niiden väliin mahtuu sateenkaaren verran innovaatioita ja elämyksiä, joiden avulla sekä painettu että digitaalinen kirja voivat kukoistaa ja tukea toisiaan parhaalla mahdollisella tavalla.

Mietittäessä mitä sisältöä ihmisille välitetään on yhtä tärkeää miettiä myös miten sisältö saadaan ihmisten ulottuville heidän tarpeensa ja toimintatapansa huomioiden. Suunnittelijan, suunnitteli hän sitten elektroniikkaa, taloja tai kirjoja, on aina ajateltava loppukäyttäjää. Kun kyseessä on kirja, mitä tällä termillä nykymaailmassa tarkoitetaankaan, on suunnittelijan ajateltava lukijaa. Kaiken kirjantekoprosessissa niin sisällöntuotannossa kuin suunnitteluvaiheessakin tulisi tapahtua lukijaa ajatellen. Ilman lukijaa ja lukijan tukea tulee koko kirjallisuudesta ja sen myötä kirjamarkkinoista hyödytöntä.

Edellä mainitsemani seikat mielessäni pyrin graafisena suunnittelijana selventämään tässä opinnäytetyössä sekä itselleni että muille minne kirja-alalla ollaan menossa, millainen graafisen suunnittelun osa tulee siinä olemaan ja miten tavallinen lukija selviää muutoksesta. Erityinen kiinnostukseni aiheeseen on herännyt kuluneen puolentoista vuoden aikana, erityisesti työharjoitteluajanani Kustannusosakeyhtiö Tammessa keväällä 2011. Kiinnostus kasvoi samalle työnantajalle suunnittelemani projektien myötä ja lopulta halusin syventyä aiheeseen opinnäytetyöni merkeissä.

Opinnäytteen teososassa, luvussa viisi, pohdin painetun ja digitaalisen yhteissuunnittelun merkeissä millaisia mahdollisuuksia suurteoksella olisi digitaalisessa maailmassa. Voiko suurteoksen digitalisoida kirjan arvon säilyttäen? Entä millaista lisäarvoa teokselle olisi mahdollista tuoda sähköisenä? Millaisia asioita tulee ottaa huomioon yhteissuunnittelussa? Pohdinnan taustalla toimii Tammelle suunnittelemani ja taittamani arvosteos Maailman kaunein – Suomalaisen lasin kultakausi 1946–1965, jota pyrin pitämään teoreettisena vertauskohteena miettiessäni erilaisia ongelmakohtia ja ratkaisuja yhteissuunnittelussa.

2. Kirja-alan muutos

2.1 Muutoksen taustalla

Panta rhei kai ouden menei. ”Kaikki virtaa, mikään ei pysy paikallaan.”

(Wikipedia, 2012a.)

Kuten Herakleitos tässä tunnetuimmassa aforismissaan toteaa: kaikki on liikkeessä. Maailma muuttuu ympärillämme laajassa kehityskaudessa ja ihminen vaikuttaa osittain omalla toiminnallaan sen suuntaan. Ennen kaikkea vaikutamme välittömästi siihen, mitä ihmisen luomissa yhteiskunnissa tapahtuu. Sukupolvi toisensa jälkeen muovaa omaa todellisuuttaan palvelemaan ihmiskunnan sen hetkisiä tarpeita ja pyrkii ennakoimaan myös tulevien sukupolvien tarpeita. Suuriin muutoksiin, hitaisiin tai nopeisiin, liittyy aina ristiriitaisia tunteita ja vanhojen toimintatapojen uudelleen arviointia.

Muutokseen liittyvä pelko ei ole uusi aihe. Suullisesta kirjalliseen kulttuuriin siirtyminen oli hidas ja huolen siivittävä prosessi. Sokrates oli huolissaan uuden teknologian, kirjoitustaidon, etenemisestä. Tämä oli aakkosten keksimisestä alkanut uusi radikaali keksintö – tulisiko siitä uhka kulttuurin saavutuksille? Sokrates murehti uuden keksinnön mahdollisesti mukanaan tuomaa vahinkoa tiedonkululle, yhteiskunnan sääntöjen pysyvyydelle ja muistin hallinnalle. (Ekholm & Repo 2010, 99.) Samoja ikaikaisia murheenaiheita pulpahtelee pintaan

nykypäivänä, kun vuosisataiset perinteet omaava painettu kirja on tullut digitalisoitumisen murrosvaiheeseen.

Elämme nykyisin tietoyhteiskunnassa, jossa nimenmukaisesti tieto ja tiedonvälitys ovat keskiössä. Tietoyhteiskunnassa informaation jakelulla, tuottamisella ja käsittelyllä on merkittävä osuus taloudessa ja kulttuurissa (Wikipedia, 2012b). Tiedon lähteitä voivat olla ovat esimerkiksi Internet, tietotekniikka, kansainväliset organisaatiot ja kansainvälinen media, ja lisääntyvä ihmisten välinen kommunikaatio. Tieto poimitaan monesta eri kanavasta, nopeasti ja helposti. Sen kuluttaminen on aikaan sidonnaista. (Ekholm & Repo 2010, 22.) Tieto on nykyihmisen perustarve ja yhteiskunnan on siihen vastattava.

Nimenomaan painettu kirja on pitkään toiminut välityskanavana tiedon ja ihmisen välillä. Niin sanotun informaatioteknologisen vallankumouksen myötä kirja on saanut rinnalleen toisia vahvoja medioita ja Internetin valtakaudella suuri osa tiedonkulusta on siirtynyt verkkoon. Nopeatempoisen tiedonkulun ja muun teknologisen kehityksen seurauksena tietoyhteiskunnan rinnalle on syntynyt nollaviiveyhteiskunta, jossa tiedon siirtäminen ja vastaanottaminen tapahtuu lähes reaaliajassa. Millainen on perinteisen ja hitaasti päivittyvän painetun kirjan osa tässä ympäristössä?

Kustantajan julkaisemalla painetulla kirjalla on puolellaan uskottavuus ja luotettavuus, mikä ei ole itsestään selvää verkosta löytyvän materiaalin kohdalla. Usein painettuun kirjaan fyysisenä esineenä liittyy myös paljon tunneperäisiä seikkoja; esimerkiksi lahjana saatu kirja voi olla hyvin henkilökohtainen muistoesine. Digitaalisuudella puolestaan on paljon annettavaa niin kirja-alalle kuin lukijoillekin, ja se toimii mainiona kasvualustana erilaisille innovaatioille. Sekä painetulle että digitaaliselle kirjalle on varmasti kysyntää tulevaisuuden kirjamarkkinoilla, mutta niiden markkinajako selvinnee vasta uudistuksen asetuttua urilleen. Onnistunut uudistus edellyttää suuria ponnistuksia kaikilta kirja-alan toimijoilta.

2.2 Maksuttomuuden maailmassa

Kirja-alan digitalisoituminen vaikuttaa tavalla tai toisella kaikkiin kirjojen parissa työskenteleviin ihmisiin ja heidän toimintaansa. Erityisesti se vaikuttaa kirjakustantajiin, kirjailijoihin, graafikoihin, painotaloihin, painetun kirjan jakelua ja varastointia hoitaviin tahoihin sekä kivijalkakirjakauppoihin. Myös kirjastoilla on suuria haasteita edessä.

Digitalisoitumisen vaikutus on jo levinnyt luovien alojen tuotantoprosesseihin. Se muuttaa arvoketjun eri kohdassa toimivien yritysten ansainnan muotoja sekä mahdollisuuksia ja vai-

kuttaa niiden liiketoimintamalleihin. Digitalisoituminen näkyy jo voimakkaasti esimerkiksi kuluttajien päätelaitteissa ja kulutustottumuksissa, mitä kautta digitalisoitumisella on merkittävä vaikutus myös tarjolla oleviin mediasisältöihin ja palveluihin. Kehityksen myötä monet suuret mediayhtiöt ja yritykset ovat joutuneet muuttamaan toimintaansa radikaalisti ja hakemaan uusia liiketoiminnan muotoja (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 5, 18.) Muutos ei luultavimmin pääty kaikille onnellisesti. Pieniä toimijoita tulee karsiutumaan arvoketjun jokaisessa osassa kustantamoista kirjakauppoihin. Uusia erikoiskustantamoita syntyy, valikoimat muuttunevat kaupallisemmiksi ja toimijoita fuusioituu (Ekholm & Repo 2010, 84.) Vaikka osa valikoimasta muuttuisi kaupallisemmaksi, halvempien julkaisutapojen yleistyessä marginaalikirjallisuus, kuten runous ja mielipidekirjallisuus, voivat saada sijaa e-kirjamarkkinoilla.

Uusille tuotteille on luotava uusia välitys- ja jakelukanavia. Elektronisen kirjan lukija tai ostaja löytää etsimänsä parhaiten verkosta, minne on jo osittain luotu toimiva ja monipuolinen jakeluverkosto. Verkko on ansaintamielessä haasteellinen ympäristö. Sitä pidetään yleisesti melkoisen vapaana kenttänä, jossa ihmiset voivat hallinnoida omia asioitaan, jakaa tietoa sekä kommunikoida keskenään, ja kaikki vain verkkomaksun hinnalla. Verkossa asioimiseen liittyy usein läheisesti mielikuva maksuttomuudesta; ihmiset olettavat saavansa käyttää verkko-palveluita ilmaiseksi tai hyvin pientä maksua vastaan. Internetistä löytyy lukuisia verkko-kauppoja, jotka myyvät mitä erilaisimpia fyysisiä tuotteita, jotka ihminen saa kätevästi tilattua kotiovelleen. Fyysisten tuotteiden myynti ja jakelu on konkreettista ja ihminen ymmärtää, että tuotteesta pitää maksaa. Tilanne on aivan toinen, kun myytävä tuote on digitaalinen tiedosto, aineeton hyödyke, johon ihminen pääsee käsiksi vain erillisen päätelaitteen avulla. Kuinka siis luoda laadukkaita järjestelmiä ja tuotteita maksuttomuuden maailmaan?

Mallia voidaan hakea muilta samankaltaisen kehityksen läpikäyneiltä aloilta, esimerkiksi musiikki- ja peliteollisuudesta. Musiikkiteollisuus on paininut jo pitkään piratismiin ja tekijänoikeusasioiden kanssa ja toimivan ansaintalogiikan löytäminen Internetissä on ollut vähintäänkin haasteellista. Valoa kohti ollaan kuitenkin menossa; siitä viestii muun muassa musiikkipalvelu Spotifyn menestys. Palvelua on kehitetty useita vuosia ja toimivat ansaintamallit alkavat vasta löytyä. Spotifyn toiminta perustuu mainosrahoitteisuuteen, erilaisiin kustomoituihin palveluihin ja yhteistyösopimuksiin artistien ja levy-yhtiöiden kanssa. Spotifyn käyttäjistä kerätään erilaisia tietoja ja rakennetaan kuuntelijaprofiilia, jota hyödynnetään kohdennetussa mainonnassa. Kuuntelijaa houkutellessa erilaisilla rajoitteilla päivittämään musiikkipalveluaan pientä maksua vastaan. Spotify on myös linkittynyt vahvasti sosiaaliseen mediaan, mikä lisää yhteisöllisyyttä ja tekee kuuntelijasta myös mainostajan. Palvelun yksi päätavoitteista on ollut myös taistella piratismia vastaan kehottamalla ihmisiä käyttämään musiikin kuunteluun laillisia musiikkipalveluita ja maksamaan kuuntelusta edes vähän. (Wikipedia, 2012c.)

Ratkaisu ei kuitenkaan ole näin yksinkertainen. Spotifyn suosion taustalla on pitkälti ilmaisuus ja kuuntelijan ajatus siitä, että hän saa todella paljon hyvin vähällä tai ilmaiseksi. Ruotsalaisen Expressen-lehden mukaan Spotifyn soitetuin artisti Lady Gaga ansaitsi palvelussa miljoona kertaa soitetusta Poker Face -kappaleestaan tekijänoikeustuloja 2300 kruunua (n. 224€). Tämä summa jaettiin vielä esittäjän ja kappaleen tekijöiden kesken. (Wikipedia, 2012c.) On utopistista ajatella, että se mistä ennen on maksettu suoraselkäisesti ja konkreettisesti kaupassa rahalla, voidaan nyt saada ilmaiseksi tai pilkkahintaan vain sen takia, että fyysisen tuotteen on korvannut digitaalinen versio. Artistien, kirjailijoiden ja suunnittelijoiden työhön menee edelleen yhtä paljon ajatusta ja aikaa, kuin ennen digitaalista jakelua. Vain välityskanavat ovat muuttuneet.

Ihmiset viettävät yhä enemmän aikaa verkossa hakien sieltä elämyksiä ja täydennystä elämäänsä. Jopa sosiaaliset suhteet voi nykyään hoitaa verkossa, oli se tervettä tai ei. Verkon merkitys ja sen tarjonnan arvo ihmisten elämässä on kasvanut. Arvokkaista fyysisistä tuotteista ollaan valmiita maksamaan valtavia summia, mutta miksi ei arvokkaista henkisistä kokemuksista, kuten mieleisen musiikin tai mukaansatempaavan tarinan tuomasta tunteesta, vaikka itse tuote olisi digitaalinen? Näin ekologisuuteen pyrkivällä kehityskaudella voisi kuvitella ihmisten haluavan panostaa aineettomiin hyödykkeisiin ja elämyksiin materialismin vähentämiseksi.

Kaupalliset ideat, innovaatiot ja osaaminen ovat keskeisiä luovan yritystoiminnan päämääriä. Alan tuotteiden ja palvelujen arvon muodostavat kaksi osaa: fyysinen tuote tai palvelu ja siihen suoraan tai sen kuluttamiseen liittyvä merkityssisältö. Fyysinen käytettävyys ei ole ainoa kaupallisen arvon tekijä, vaan esimerkiksi sanomalehden tai kirjan kohdalla arvo muodostuu niiden sisällöistä, joita käytämme maailmamme hahmottamiseen ja rakentamiseen. Luovan alan tuotteet ja palvelut ovat monista muista tuotteista poikkeavia, koska ne muokkaavat merkittävästi käsitystämme maailmasta. (Stenvall-Virtanen ym. 4/2010, 9.)

Joillekin toimijoille kirjan digitalisoituminen luo pohjan yritystoiminnalle. Esimerkiksi pienkustantamot ja tuntemattomat kirjailijat voivat hyötyä verkon tarjoamista mahdollisuuksista, ja voivat jopa kilpailla suurten kustantamoiden tuotteiden kanssa. Tämä tietenkin edellyttää taitavaa markkinointia, kohtuullista hinnoittelua ja toimivia jakelukanavia. Syntyy aivan uudenlaisia ansainta- ja toimintamahdollisuuksia. Koska verkossa voi vapaasti tuottaa yleiseen jakoon omia tekstejään, kuvituksiaan ja markkinoida omaa osaamistaan, voi sieltä myös vaikka kirjakustantamo löytää uusia lahjakkuuksia ja potentiaalisia yhteistyökumppaneita. E-kirja ja siihen liittyvät palvelut sekä lukulaitteet ovat kasvava ala, jolla on tilaa ja tarvetta uusille innovaatioille ja toteutustavoille.

2.3 Tulevaisuuden haasteet

Osa muutoksesta on osata erottaa epäterveet pelot ja terveet epäilykset toisistaan. Jos nykyään haluaa tehdä asiat uudella tavalla, täytyy tunnistaa keskeiset muutostekijät. Suljetut järjestelmät ovat tulleet tiensä päähän, olivatpa ne kirjastoja, oppilaitoksia tai kustantamoita. Niiden ainoa mahdollisuus on mukauttaa tuotteensa ja palvelunsa laajenevaan, avoimeen informaatio- ja palveluympäristöön. Nykyisen arvoketjun on avauduttava pohjiaan myöten. (Ekholm & Repo 2010, 86, 92.)

Kirja-alan on onnistuttava tavoitteissaan globaalin viihdemedian tavoin. On otettava mallia muista muutoksista selvinneistä, verkostoituneista medioista ja ehkä osittain liittyttävä niihin. Eri mediamuodot on saatava toimimaan vuorovaikutuksessa mahdollisimman saumattomasti rinnakkain. Kaiken tyyppisen ja -kielisen kirjallisuuden saatavuus on parantunut huomattavasti verkkoyhteyksien myötä, joten tarjontaa on valtavat määrät. On siis entistä tärkeämpää myös osata erottautua edukseen massasta ja saada näkyvyyttä.

Lienee syytä miettiä uudenlaisia markkinointikeinoja niin painetulle kuin digitaalisellekin kirjalle. Kirjailijoilla on kasvava rooli omien teostensa markkinoinnissa; viime vuosina esimerkiksi Sofi Oksanen on ollut hyvin näkyvästi esillä mediassa. Kirjailijan työ ei nykypäivänä pääty painovalmiiseen sisältöön. Kirjailijat osallistuvat kirjojen markkinointiin mediassa, kirjakaupoissa, kirjastoissa ja kouluissa – jotkut halukkaasti, toiset vastentahtoisemmin. Ennen kirjailijat eivät olleet tuotemerkkejä. Nyt esillä on ensin kirjailija ja vasta sitten hänen teoksensa (Ekholm & Repo 2010, 37.) Tuleeko kirjailijakuvan rakentamisesta samankaltaista kuin muusikkojen imagon rakentaminen musiikkialalla?

Äänitemyyntin ja konserttilipputulojen lisäksi musiikkibisneksessä artistien ja bändien tuoteistaminen on arkipäivää. Fanit pitävät ylpeänä yllään vaikkapa suosikkiartistinsa kuvalla tai logolla varustettua paitaa tai lähes mitä tahansa artistiin viittaavaa. Tämä kertoo musiikin ja siten sen kannattajien vahvasta siteestä artistin imagoon. Fanituotteen esillä pitäminen on myös tapa kertoa itsestään ja omista mieltymyksistä, tai se voi olla jopa poliittinen kannanotto. Musiikkikonsertti voi helposti vetää suuren areenan täyteen ihmisiä hyvässä yhteishengessä.

Kirja-alalla vastaavan siteen aikaansaaminen ja näkyväksi tuominen on mutkikkaampaa, koska kirjailijat ovat perinteisesti olleet hahmoina melko näkymättömiä ja kirja on myös mediana hyvin erilainen. Yleensä kirjan lukemista myös pidetään henkilökohtaisena kokemuksena, johon syvennyttään yksin ja rauhassa. Sarjakuvat Viivi & Wagner ja Kiroileva siili ovat onnistuneet lyömään itsensä läpi myös erilaisina tuotteina, mutta niissäkin on samaistuttavissa olevia

ja humoristisia hahmoja, joita voi myydä melko kevyin perustein kuvituksena vaikkapa lauleliinoissa. Toki joistakin harvoista ja valituista teoksista on tehty elokuva- ja teatterisovitukset, mutta Suomessa tällainen tuotto on melko vähäistä. Tuoreena esimerkkinä voisi mainita Sofi Oksasen suurta suosiota saaneen romaanin Puhdistus, josta ollaan parhaillaan tekemässä Antti Jokisen ohjaamaa elokuvasovitusta. Lasten- ja nuortenkirjallisuudessa lisätulojen tuottaminen lienee helpompaa kuin esimerkiksi kauno- tai tietokirjallisuudessa.

Musiikki- ja pelialoilla on puolellaan useita sellaisia keinoja lisätulojen kahmimiseen, joita kirja-alalla on hyvin vähän tai ei laisinkaan. Lisätulojen merkitys korostuu, jos varsinaisten emotuotteiden, eli kirjojen, myynti ei saavuta odotettua tasoa. Mikrobitin artikkelin Kirjahylly taskussa (Kaj Laaksonen 2011, 82) mukaan yksi syy e-kirjojen suosion hitaaseen kasvuun Suomessa on liian korkea hintataso. Toimiva hinnoittelupolitiikka on avainasemassa e-kirjan suosituksi tekemisessä. Toki e-kirjan hintojen on painettuun kirjaan nähden tultava jonkin verran alaspäin, jääväthän paino- ja varastointikustannukset pois, mutta hintojen on edelleen oltava kannattavalla tasolla niin kirjailijoille kuin kustantajillekin. Kirjailijat tuskin innostuisivat Spotifyn toimintatavan soveltamisesta tekijänpalkkioiden suhteen myös kirja-alalla. E-kirjan hinta tulee vaihtelevan sen monipuolisuuden, sisältöarvon, elämyksellisyyden ja suosion mukaan. Riittääkö se puoli-ilmaisuutta tai ilmaisuutta janoavalle verkkokansalle?

Joka tapauksessa kehityssuunta on maailmanlaajuisesti vahvasti digitalisoitua ja globalisoitua. Kuluttaja on luonut säännöt ja nyt on teollisuuden vuoro kuunnella (Ekholm & Repo 2010, 54). Toimivia jakelu- ja ansaintamalleja on vain haettava aktiivisesti ja yhteistyössä muiden alojen toimijoiden kanssa. On järkevää tarkkailla sosiaalista mediaa ja huomioida yhteisöissä piilevän kollektiivisen älykkyyden ja käyttäjätiedon hyödyntäminen osana liiketoimintaa (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 25). Ostaminen on tehtävä mahdollisimman helpoksi, nopeaksi ja mielekkääksi, ja mieluiten niin että ostaja kokee jääneensä voiton puolelle. Vaikka yleiset taloudelliset suhdanteet muuttuisivat, kirjoihin käytetty rahamäärä pysyy vakaana. Kirjojen ostamista ei määritä se, kuinka paljon kirjoja halutaan ostaa, vaan se, kuinka paljon niihin halutaan käyttää rahaa. (Ekholm & Repo 2010, 69.) On tarkkailtava ihmisten osto- ja verkkokäyttäytymistä ja uskottava kuluttajiin; he kyllä hakeutuvat toimivien ja laadukkaiden palveluiden läheisyyteen. Pessimisti nostaa tassut ilmaan ja huokaisee: ”se oli siinä. Kirja on kuollut”. Optimisti tunnistaa uhan, hyväksyy haasteen ja kääntää tilanteen edukseen.

3. Välitiskanavat

3.1 Mikä on kirja?

Kirja on täysin jokapäiväinen esine kulttuurissamme, ja ihmiset puhuvat niistä päivittäin. Silti kirjaa on hyvin hankalaa, jollei mahdotonta, määritellä täsmällisesti. (Saarinen, Joensuu & Koskimaa 2003, 19.) Tuttuudessaan sana kirja saa varmasti hoksottimet vipattamaan lähes jokaisella kehittyneessä valtiossa kasvaneella ihmisellä. Jo taaperona olemme yrittäneet tavata sanan ”kir-ja” katsoessamme kuvaa kahden pahvin väliin sidotusta paperipinosta. Aina kirjan määrittely ei kuitenkaan ole näin yksinkertaista. Mahdollisesti joskus tulevaisuudessa kirjalla on hyvin vähän tekemistä pahvin ja paperin kanssa. Kirjan olemusta ja merkitystä on perinteisesti pyritty määrittelemään pohjaten vahvasti sen fyysiseen olomuotoon painettuna tuotteena. Nykyisin markkinoita valtaa myös e-kirjana tunnetuksi tullut tuote, joka kantaa sukulaisensa nimeä, mutta moniulotteisuudessaan pyristelee irti sen asettamista rajoista.

Tilastokeskuksen mukaan kirja on ei-aikakautinen painettu julkaisu, joka on yleisön saatavissa (Tilastokeskus, 2012). Wikipedia puolestaan määrittelee kirjan nidokseksi paperiarkkeja, joissa on painettua tekstiä tai kuvia, tai sen muotoisena ilmestynyt kirjallinen tuote (Wikipedia, 2012d). Vaikka elektronisen kirjan määrittelyssä ei voi puhua painetusta materiaalista, on sinänsä perusteltua liittää tuotteen yhteyteen termi *kirja*. Ihmisillä on heti mielessään jonkinlainen kuva uudesta tuotteesta, kun se rinnastetaan johonkin niin tuttuun asiaan, eikä tuotteen funktiota tarvitse erikseen selitellä. *Kirja*-sanan tuttuus on kuitenkin sekä sen vahvuus että heikkous. Osa e-kirjoista on pääasiassa tekstistä ja kuvista tai vain tekstistä muodostuvia kokonaisuuksia, mikä vielä kuulostaa samansuuntaiselta painetun kirjan sisällön kanssa. Kuitenkin tulevaisuudessa osa e-kirjoista tulee olemaan yhä moniulotteisempia; ne voivat staattisen tekstin ja kuvan lisäksi sisältää esimerkiksi liikkuvaa kuvaa, äänikirjan ominaisuuksia, musiikkia ja erilaisia interaktiivisia toimintoja. Tällöin tuotteen rinnastus sanaan *kirja* on harhaanjohtava ja rajoittava. Vahva miellelyhtymä vanhan painetun kirjan kanssa voi myös olla luotaantyyntävä sitä vieroksuville, jotka voisivat löytää kirjallisuuden nautinnon digitaalisuuden kautta.

Tarkoitetaanko sanalla *kirja* nykyisin ennemminkin jäsenneltyä ja suunniteltua fyysisiin ominaisuuksiin rajoittumatonta sisältökokonaisuutta? Ollaanko kirjan käsitettä laajentamassa myös sellaisiin tallenteisiin, jotka sisällöltään, tuotantotaltaan ja käyttötarkoitukseltaan rinnastuvat perinteiseen painettuun kirjaan? Aineettomana hyödykkeenä E-kirjalla ei ole fyysistä olomuotoa, vaikka sen lukemiseen käytettävät laitteet voidaan välttämättömyytensä vuoksi mieltää osaksi kokonaisuutta.

Tulevaisuudessa kirjan sisällön merkitys korostuu entisestään; tuotetta ei määritä sen olomuoto, vaan sisältö. Sisältö on se korostettava tekijä, jonka avulla digitaalinen, fyysisesti olematon, tuote voi erottautua verkon valtavasta tarjonnasta. Painetun kirjan kohdalla huomioarvoa tuovat sisällön lisäksi tuotteen fyysiset painotekniset ominaisuudet, kuten kansimateriaalin, paperin ja värien valinta. Miksi sitten valita digitaalinen kirja tiedonlähteeksi, kun Internet on pullollaan erilaisia ilmaisia tiedonlähteitä? E-kirjan ampaistessa kohti sellaisia esitystapoja, joita Internet on osittain hyödyntänyt jo vuosikausia on syytä korostaa tuotteen kirjamaisia ominaisuuksia luotettavana ja huoliteltuna kokonaisuutena.

Verkkoa kuvitellaan usein virheellisesti painetun aineiston digitaalisen kopion levityskanavaksi (Ekholm & Repo 2010, 88). Sähköisen tuotteen määrittely liian samankaltaiseksi painetun tuotteen kanssa rajoittaa innovaatioita ja sähköisen ilmaisun mahdollisuuksia. Media-kohtaiset rajat ovat hälvenemässä ja yhdistymässä toisiinsa. Yhdistettyinä ja toisiaan tukevinä ne voivat muodostaa monipuolisia kokonaisuuksia ja luoda ihan oman elämyskategoriansa. Multimediakokonaisuudet voivat olla itsenäisiä teoksiaan, joilla ei ole mitään tekemistä painetun kirjallisuuden kanssa. Pitäisikö siis tällaisille elämyspaketeille, jotka selkeästi eroavat kirjan määritelmästä ominaisuuksiensa puolesta, olla oma nimityksensä?

3.2 Lukulaitteet ja jakelukanavat

Painetun kirjan lukeminen on hyvin yksinkertaista: se avataan ja aletaan lukemaan. Painetuksessa kirjassa yhdistyvät saumattomasti välityskanava ja sisältö samassa paketissa, eikä tarvitse olla älykkö ymmärtääkseen sen toimintaperiaatteen. Sen ulkoasu, koko ja tuntu voi vaihdella suurestikin. Painettu kirja on valmistumisensa jälkeen staattinen, muuttumaton ja päivittämätön yksittäinen teos, jolla on yleensä vain yksi käyttötarkoitus. Ostaessaan uuden kirjan ihminen ostaa aina myös uuden fyysisen tuotteen. Lukeakseen elektronista kirjaa ihminen tarvitsee erillisen lukulaitteen, jonka fyysiset ominaisuudet ovat aina samanlaiset, luettavasta sisällöstä riippumatta. Sisällön saatavuus on riippuvainen ulkoisista jakelukanavista ja verkko-yhteydestä. Lukulaitetta täytyy ladata, koska se tarvitsee toimiakseen energiaa koko elinkaarensa ajan. Samalla lukulaitteella voi lukea useita eri teoksia ja sillä voi olla monia muitakin käyttötarkoituksia. Painettuun kirjaan verrattuna e-kirja on riippuvainen monista ulkoisista tekijöistä, mutta luonteeltaan ja monipuolisuudeltaan se sopii täydellisesti vallitsevaan tietojä nollaviiveyhteiskuntaan. Ajasta ja paikasta riippumaton mediakulutus lisääntyy koko ajan; helposti mukana kulkevien, monikäyttöisten laitteiden merkitys korostuu.

Ihmisen päätökseen tarttua e-kirjaan vaikuttaa teoksen hinnan ja saatavuuden lisäksi olennaisesti hänen mahdollisuutensa hankkia e-kirjan lukemiseen tarkoitettu lukulaite tai se, voiko

hän lukea teosta jo omistamallaan lukulaitteella. Lukulaitteiden ominaisuudet ja hinnat vaihtelevat hyvin paljon, eikä kaikkia tarjolla olevia e-kirjoja voi lukea samoilla laitteilla tai samoilla ohjelmilla. Lukukokemuksen mielekkyyteen vaikuttaa paljon e-kirjan toimivuus juuri käytössä olevalla lukulaitteella ja lukuohjelmalla sekä lukulaitteen käyttäjäystävällisyyst ja ergonomisuus. Laitteen käytön mielekkyyteen vaikuttaa sen fyysiset ominaisuudet, muun muassa koko, akkukesto ja monikäyttöisyys.

E-kirjoja on mahdollista lukea monelta eri päätelaitteelta ja erilaisia lukulaitteita onkin markkinoilla runsaasti. On painomustetta jäljitteleviä elektronista mustetta hyödyntäviä lukulaitteita, kuten Amazon Kindle, Sony Reader, Nook ja Kobo Touch. On tietokonemaisempia LCD- tai Retina-näyttöisiä laitteita, esimerkiksi Kindle Fire, Apple iPad ja Samsung Galaxy Tab. Sekä e-musteella varustettuja että LCD-näyttöllä varustettuja lukulaitteita saa myös kosketusnäytöllä, mikä on ominaisuutena toimiva erityisesti tablet-tietokoneissa eli ”täppäreissä”. E-kirjoja voi lukea tietysti myös tietokoneella ja joillakin kännyköillä. Erilaisia lukulaitteita on valtava määrä ja tarjonta vain kasvaa.



Kuvat 1 ja 2: Vasemmalla Applen Retina-kosketusnäytöllä varustettu iPad 3 ja oikealla elektronisella mustenäytöllä toimiva Amazonin Kindle 4.

Lukulaitteiden ominaisuudet vaihtelevat kovasti. Osa laitteista on hyvin riisuttuja ja suunniteltu nimenomaan vain lukemista varten. Suosituimmat laitteet, tabletit, ovat ominaisuuksiltaan ja monikäyttöisyydeltään lähempänä tietokonetta. Lähtiessään ostamaan lukulaitetta ihmisen onkin mietittävä, mihin tarkoitukseen hän on laitetta hankkimassa. Jos ei kaipaa lukulaitteensa tietokoneen ominaisuuksia ja aikoo pääasiassa käyttää laitetta vain lukemiseen, saattaa olla kannattavampaa hankkia yksinkertaisempi malli, joka on yleensä myös edullisempi. Jos ei kiinnosta kantaa mukanaan erillistä lukulaitetta ja kannettavaa tietokonetta, niin lienee viisasta yhdistää ne ja hankkia tablet-tietokone.

Yksi tässä hieman irrallinen, mutta hyvin huomionarvoinen asia laitteiden kehitykseen ja ominaisuuksiin liittyen, on tiedon säilyvyys. Nykyisin elektronisten laitteiden elinkaari on keskimäärin viisi vuotta, jos sitäkään, koska laitteistot ja ohjelmat päivittyvät jatkuvasti. Mitä siis käy tiedon säilyvyydelle digitaalisissa kanavissa? Tietokone -sivustolla, artikkelissa Digitieto happens, Petteri Järvinen pohtii nykymaailman massiivisen tiedon määrän säilyttämistä tuleville sukupolville. Hänen mukaansa tietomme digitaalisten tallenteiden kestävyyydestä ovat pahasti puutteellisia, koska ala on uusi, eikä käytännön kokemusta juuri ole. Digitaalisessa tiedonkeruussa on toisaalta monia vahvuuksia, esimerkiksi paperiseen verrattuna digitaalista on helppo kopioida, mikä parantaa tiedon säilyvyyttä. Arkistoinnissa kannattaakin miettiä tallennettavan tiedon elinkaarta; millä on tietoarvoa vielä muutamankin vuoden kuluttua? Suurin ongelma on kuitenkin kerätyn datan sidonnaisuus erilaisiin sovelluksiin ja laitteisiin. Digitaalinen tiedonsäilyvyys on ajankohtainen aihe, johon haetaan aktiivisesti ratkaisuja useissa maissa. (Petteri Järvinen, 6/2004.)

On ollut hankala löytää pitävää tietoa siitä, mikä on tällä hetkellä suosituin lukulaite, koska jokainen isompi lukulaitteiden valmistaja uutisoi kilpaa, kuinka heidän laitteensa myyvät miljoonia kappaleita. Tablet-tietokoneita ei myöskään aina lasketa mukaan lukulaitteiden arvosteluihin, vaikka niitä käytetäänkin e-kirjojen lukemiseen. Kindle on kuitenkin pongahtanut esiin johtavana useista e-musteella toimivien laitteiden arvosteluista ja tableteissa iPad johtaa markkinoita. Canalsin mukaan iPadin perässä maailman toiseksi myydyin tablet oli verkkokauppa Amazonin Kindle Fire -taulutietokone, jota ei myydä Euroopassa lainkaan. (Teknari, 2012.) Tablet-tietokoneiden kasvava suosio kertoo siitä, että ihmiset arvostavat helposti mukana kulkevaa, käyttäjäystävällistä ja erityisesti monikäyttöistä ja monia tiedostomuotoja tukevaa laitetta.

Itse olen päässut kokeilemaan Amazon Kindlen toisen sukupolven e-musteella varustettua lukulaitetta, värinäytöllistä Elonex ebookia, e-musteella ja kosketusnäytöllä toimivaa Cybook Orizonia ja tablet-tietokone iPad 2:sta. iPadia lukuunottamatta laitteet olivat noin taskukirjan kokoisia ja kevyitä, mikä on mukana kannettavassa laitteessa hyvä ominaisuus. iPad oli kokonsa puolesta isompi kuin muut, mutta muuten ominaisuuksiltaan ja käyttömukavuudeltaan mielestäni ylivoimainen. E-muste tuntuu pitkäkestoisella käytöllä silmille ystävällisemmältä kuin tablettien LCD-näyttö, mutta tämä on hyvin yksilöllistä. Kosketusnäyttö tuntui itselleni mielekkäimmältä ja luonnollisimmalta tavalta navigoida laitteessa, ja tabletin interaktiiviset toiminnot toivat hauskuutta lukukokemukseen. Vaikka e-muste miellyttää kovasti, itse pidän monikäyttöisyyttä tärkeänä ominaisuutena lukulaitteessa. Tulevaisuuden elämäyskirjojen ja -kokonaisuuksien kannalta on tärkeää, että lukulaite tukee monia tiedostomuotoja ja pystyy

toistamaan visuaalisesti näyttäviä esityksiä. Toki tämäkin on mielipidekysymys; kaikki eivät kaipaa lukulaitteeseensa monipuolisia ominaisuuksia, vaan arvostavat yksinkertaisuutta. Näkisin, että tulevaisuudessa sijaa on molemmille, niin e-musteella toimiville kuin LCD-näyttöisille tablet-tietokoneille, koska molemmilla on omat vahvuutensa ja lukijoilla on omat vahvat toiveensa.

Nopeasti kehittyvä teknologia elektronisen paperin ympärillä tulee tulevaisuudessa tarjoamaan e-kirjamarkkinoille entistä ehompia e-musteella toimivia lukulaitteita. Elektronisen paperin kehittymisen uskotaan mullistavan e-kirjojen markkinat käytännöllisyydellään. Monet e-kirjojen lukijat ovat valittaneet siitä, että lukulaitteet menevät helposti rikki, mutta kehitteillä olevat elektroniset paperinäytöt (EPD – Electronic Paper Display) kestävät niin pudottamista kuin vääntelyäkin. Elektroninen paperi on kuin elävä juliste, kuva tai kirjan sivu, ja sen vahvuuksia ovat silmäystävällisyys, paperimainen vaikutelma ja ohuus, sekä alhainen virrankulutus. Tämän tyyppinen näyttö on myös ystävällisempi silmälle, kuin tietokoneen ruutua lähentelevien tablettien LCD- tai Retinanäytöt. (Dan Graziano, 2012.)



Kuva 3: Taipuisa ja kestävä elektronista paperia hyödyntävä LG Displayn lukulaite.

Lukukokemusta häiritseviä teknisiä seikkoja, kuten valikkojen takkuilua tai epäselvyyttä ja yleistä ulkoasun sekavuutta olisi syytä tarkkailla niin lukulaitteissa kuin lukemiseen käytettävissä ohjelmissa. Teknologian mutkikkuus ei saisi olla epäilevälläkään esteenä lukulaitteeseen tarttumiselle. E-kirjojen käyttöliittymien tai -ohjelmien suunnittelussa tulisi pyrkiä yksinkertaisuuteen ja toimivuuteen. Käyttöliittymäsuunnittelua voisi osittain verrata internet-sivujen navigoinnin suunnitteluun: molemmissa on tärkeää, että valikot ovat selkeitä ja loogisia, jotta

lukijalta tai selailijalta ei kulu turhaa aikaa itse navigoinnin ymmärtämiseen. E-kirjan tuottama lukukokemus on lukuohjelman lisäksi täysin sidonnainen lukemisessa käytettävään lukulaitteeseen, joten on hyvin tärkeää, että lukulaite tukee lukukokemusta parhaalla mahdollisella tavalla. Lukulaitteen ergonomiassa on laitteen fyysisten ominaisuuksien lisäksi syytä huomioida esimerkiksi katselukulmaa ja -etäisyyttä, lukusuuntaa ja vallitsevaa valaistusta. Hyväkin kirja voi tuntua huonolta, jos lukulaite tuntuu hankalalta tai epämiellyttävältä käyttää.

Sosiaalisen median suosio kertoo ihmisten halusta kommunikoida toistensa kanssa ja jakaa kokemuksiaan. Sosiaaliset toiminnot ja jakaminen tulevatkin luultavasti vahvasti mukaan myös e-kirjoihin, erityisesti oppikirjoihin, joissa suunta tulevaisuudessa on kohti virtuaalisia oppimisympäristöjä. Niiden perustana on oppilaiden ja opettajien verkottuminen. (Ekholm & Repo 2010, 75.) Kirja-arvosteluista ja lukukokemuksista lukeminen on helppoa verkossa, ja mikäs sen parempaa kuin saada omaan kirjallisuusmakuun kohdennettuja suosituksia lukijoilta ja ystäviltä ympäri maailmaa. Uusien yllättävien kirjalöytöjen tekeminen ei ole koskaan ollut yhtä helppoa.

Kirjakauppa on kirjan ja lukijan kohtaamispaikka. Siellä kustantajan on mahdollista tavoittaa suuri joukko lukijoista ja lukija voi ostaa kaikki kirjat yhdestä paikasta. (Ekholm & Repo 2010, 36.) Miten verkon nopeus ja asiakkaiden pohjaton uutuuden kaipuu voidaan yhdistää kirjallisuuden hitaaseen ja syvään maailmaan? Siinä lieenee yksi suurimmista haasteista. On olennaista löytää näiden kahden maailman yhteinen pinta ja tehdä se näkyväksi. Uuden kanavan myötä tulee myös uusi tuote ja uusi asiakaskunta. (Ekholm & Repo, 2010, 88.) E-kirjojen ostaminen ei ole sidottu aukioloaikoihin, kuten kivijalkakirjakaupoissa, vaan ostaminen ja heti käyttöön lataaminen käy verkossa mihin vuorokauden aikaan tahansa.

Monenlaisten mediatuotteiden ja -palveluiden jakelu on osa luovaa alaa nykypäivänä. Monet alat ovat ajautuneet digitalisoitumisen myötä murroskohtaan ja siirtyminen perinteisistä jakelumuodoista digitaalisiin kanaviin on vielä kesken. (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 5.) E-kirjapalvelut ovat pitkään tuntuneet Suomessa melko hajanaisilta ja vähäisiltä, mutta luullakseni parempaan suuntaan ollaan menossa. Yleisesti e-kirja-alalla vallitsee maailmanlaajuisesti lukulaitteiden ja lukuohjelmien sekamelska, kun eri laitteille tarvitaan lukuisia sovelluksia e-kirjojen lukemiseen. Mielestäni on kuluttajan kannalta huono asia, että eri kirjakaupoista ostettujen kirjojen lukeminen ei onnistu yhdellä ohjelmalla, vaan niitä tarvitaan monta erilaista, joissa jokaisessa on oma e-kirjahyllynsä. Yleisen standardin löytyminen olisi tärkeää niin lukijoiden kuin palveluntarjoajienkin kannalta.

Kirjakaupat saattavat suosia erilaisia lukuohjelmia ja jopa tiettyjä käyttöjärjestelmiä, kuten Apple, jonka iBook Storessa myydään kirjoja vain Applen omissa käyttöjärjestelmissä luettaviksi (Wikipedia, 2012e). Tosin esimerkiksi iPadilla kyllä pystyy erillisten Applen hyväksymien sovellusten avulla lukemaan muista e-kirjakaupoista tehtyjä ostoksia. Amazon on edelläkävijä painettujen kirjojen maailmanlaajuisessa myynnissä verkon kautta, ja myös e-kirjojen myynti on ollut huimaa. Suurin osa Amazonin kirjatarjonnasta on kuitenkin englanninkielistä. Suomalaisten e-kirjojen lukija löytäneekin etsimänsä parhaiten kotimaisista kirjakaupoista, esimerkiksi Elisa Kirjasta. Palvelusta ostettuja kirjoja luetaan Adobe Digital Editions-lukuohjelmalla, tietokoneella tai iPadin kanssa erillisellä sovelluksella. Myös muun muassa Suomalainen kirjakauppa, Akateeminen kirjakauppa ja eLibris tarjoavat e-kirjoja, ja myöskin ohjaavat Adobe Digital Editions-lukuohjelman pariin. (Suomalainen kirjakauppa, Akateeminen kirjakauppa ja eLibris, 2012).

MikroBitin arvostelussa Kirjahylly taskussa arvioidaan Elisa Kirjan toimintaa sekä palvelun vahvuuksia ja heikkouksia. Arvostelija on samaa mieltä monen muun suomalaisen kanssa; e-kirjojen hinnat ovat liian korkealla. Kustantajat tuntuvat hinnoitelleen sähköiset kirjat lähes kovakantisten kirjojen tasolle, mikä on aivan liikaa, jos tarkoitus on houkutella uusia asiakkaita. Kirjoittajan mielestä e-kirjojen hintojen tulisi olla pakkareiden tasolla, mikäli palvelun odotetaan yleistyvän. (Kaj Laaksonen, 2011.) Kyse ei ole kulutuskyvystä, vaan kulutushalusta. Ostaminen ei ole kiinni rahasta, mikäli kykenemme tuottamaan ihmisille kiinnostavaa luettavaa. Ihmiset ovat tottuneet hallitsemaan laajoja aineistoja verkossa ja myöskin saamaan paljon vähällä, joten maksullisuuden ja maksuttomuuden yhteensovittaminen asettaa palveluille suuria vaatimuksia. Menestyäkseen sähköisten kirjojen tulisi asettua maksuttoman ja maksullisen rajapinnalle. (Ekholm & repo 2010, 58, 97–98).

Strateginen suunnittelu myynnissä ja markkinoinnissa on siis ehdottoman tärkeää. Hinnoittelupolitiikan on oltava aggressiivista, on kyettävä luomaan houkuttelevia ja näkyviä tarjouksia, ja osattava kohdentaa markkinointi oikein. Tämä kaikki tietysti olettaen, että jakelukanavat ovat kunnossa ja palvelevat asiakkaan tarpeita. Mallia myyntistrategioihin voi hakea olemassaolevista, toimivista internet-palveluista. Esimerkiksi pelien digitaalinen jakelukanava Steam on yksi menestyneimmistä alalla. Steamia luonnehtii aggressiivinen hinnoittelupolitiikka, missä hyödynnetään jatkuvasti erilaisia rajoitetun ajan voimassa olevia huipputarjouksia, ja niitä myös mainostetaan aktiivisesti. Pelejä myös myydään erilaisina paketteina, joissa vanhoja pelejä myydään yhdessä paketissa joko halvalla itsekseen tai jonkin uutuuden kylkiäisenä. Näin saadaan myytyä paljon kerralla, myöskin sellaisia pelejä, jotka muuten käyvät huonosti kaupaksi, ja samalla asiakas kokee saaneensa enemmän suhteellisen vähällä. Miksei samankaltaista toimintaa voisi soveltaa myös e-kirjojen myynnissä?

Verkossa on suuret mahdollisuudet tehdä e-kirjoille erilaisia tarjouksia ja kampanjoita lyhyelläkin varoitusaajalla ja kohdennetulle yleisölle. Kuten edellä jo mainitsin, useamman kirjan myyminen taitavasti kootuissa paketeissa on hyväksi havaittu myyntitikikka. E-kirjapaketteja voisi olla vaikka minkälaisia: tyyliuunnan, kirjailijan, aikakauden, aihepiirin tai vaikka suosion mukaan koottuja kokonaisuuksia. Ihminen voisi myös itse koota rajatuista teoksista itselleen mieleisen paketin tarjoushintaan. Uskon, että ihminen ostaisi helpommin e-kirjapaketin kuin vastaavan paketin painetuista kirjoista, koska painetut kirjat vievät fyysisesti tilaa kotona, ja jos jokin teoksista ei miellyttänyt, siitä on paljon helpompi päästä eroon digitaalisena. Kun saman nimikkeen alla myydään sekä e-kirjaa että painettua kirjaa, tulisi niitä markkinoida rinnakkain, jotta asiakas voi aina mahdollisuuksien mukaan päättää välityskanavan kullekin teokselle, ja hän on myös tietoinen erilaisista vaihtoehdoista. Nopeatempoisessa verkkomaailmassa, missä tarjonta on valtavaa, on saatava selailijan huomio kiinnitettyä hyvin lyhyessä ajassa, joten tyytyväisen asiakkaan nappaaminen itselleen on kultaakin arvokkaampaa.

Ihmiset haluavat hallinnoida monenlaista tärkeäksi kokemaansa ja arjen elämää tukevaa aineistoa. E-kirjoilla ja e-tuotteilla on kasvava rooli arjen ympäristössä. E-kirja ei ole vain tuote, vaan sillä on tärkeä tehtävä elämyksien ja virkistuksen antajana sekä elämäntilanteeseen liittyvinä kumppaneina. (Ekholm & Repo 2010, 96.) Talouselämä (2007) kirjoittaa, että e-kirjojen hienoimpiin ominaisuuksiin kuuluu, kuinka ne parhaimmillaan voivat muuttaa ihmisten tapaa suhtautua kirjoihin tai kirjailijoiden tapaa kirjoittaa niitä (Kairisalo, 2009, 22).

3.3 Tekijänoikeudet

Vaikka kehitys luo sisällöntuottajille ja kuluttajille uusia mahdollisuuksia hyödyntää teoksia, digitaalisen ajan mahdollisuuksia voi käyttää myös väärin; sisältöjen tekijät ja tuottavat ovat jääneet ilman heille kuuluvia korvauksia vertaisverkoissa tapahtuvan laittoman jakelun vuoksi. Kirjallisuus on kohtaamassa samankaltaisen formaattimurroksen ja samat tekijänoikeudelliset haasteet, kuin musiikkiteollisuus siirtyessään vinyyleistä mp3-tiedostoihin. Kuluttajalla on mahdollisuus hankkia itselleen vain tarvitsemansa teokset tai oikeudet, kun teoskappaleiden myynnistä siirrytään käyttöoikeuksien kauppaan. Tämän tyyppiset ratkaisut edellyttävät kuitenkin suojaa niille tekniikoille, jotka määrittävät teoksen käyttöoikeudet kyseessä olevan sopimuksen mukaisiksi (Rautio 2010, 26-28.)

Tekijänoikeuksilla suojatuilla teoksilla on tärkeä sosiaalinen ja kulttuurinen tehtävä yhteiskunnassa. Tekijänoikeus koskettaa alkuperäisten oikeudenomistajien lisäksi myös yrityksiä, jotka investoivat sisältötuotteisiin ja -palveluihin, sisältöjen markkinointiin ja jakeluun, sekä tekijänoikeuksilla suojattujen teosten kuluttajia. Tekijänoikeudella suoja-

tut teokset ja toimialat, jotka hyödyntävät tekijänoikeudella suojattua materiaalia, ovat merkittäviä myös taloudellisesta näkökulmasta katsottuna. [– –] Luovien toimialojen tulevaan kehitykseen voidaan vaikuttaa olennaisesti tukemalla ja kehittämällä niiden rakentamiseen tarvittavia tuki- ja toimintamuotoja. Näihin toimintamuotoihin kuuluu esimerkiksi aineettomia oikeuksia koskevan sääntelyn kehittyminen: tekijänoikeus ja teollisoikeudet (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 10, 17.)

Tekijänoikeuskysymykset ovat saaneet viime vuosina paljon huomiota mediassa. Viimeisin maailmanlaajuisesti kiivasta keskustelua herättänyt tapaus on SOPA (Stop Online Piracy Act). SOPA on Yhdysvaltain edustajainhuoneessa 26. lokakuuta 2011 esitetty lakiehdotus, joka laajentaisi Yhdysvaltain viranomaisten ja tekijänoikeuksien haltijoiden mahdollisuuksia taistella verkossa tapahtuvaa tekijänoikeudella suojattujen immateriaalisten hyödykkeiden laitonta levittämistä ja tuotevääreännöksistä saatavaa tuottoa vastaan. (Wikipedia, 2012f.) Lakiehdotus herätti monissa närkästystä; esimerkiksi Wikimedia, Google, eBay, Twitter, Mozilla ja Facebook vastustavat ehdotusta. Tiukkojen rajoituksien asettaminen ja tietynlaisen yleisen ilmaisunvapauden riistäminen voi herättää ihmisissä kapinahenkeä ja aiheuttaa toivottua päinvastaisen reaktion; rajoja koetellaan entistä enemmän.

Suhtautuminen piratismiin riippuu täysin näkökannasta. Olisi syytä muuttaa suhtautumista myös niin sanottuun verkkoanarkismiin. Usein ajatellaan, että kaikki ei-kaupallinen toiminta verkossa on piratismia, jolla uhataan tekijänoikeuksia. Siva Vaidhyanathan osoittaa, ettei verkkoanarkismi välttämättä ole tuhoavaa, vaan innovoivaa toimintaa yhteisön tavoitteen saavuttamiseksi. Olemme siis kahden kulttuurin välimaastossa. Miten voimme saada katetuksi tuotantokustannukset ja tekijälle kuuluvat oikeudet ja samalla tuottaa aineistot kaikkien hyväksi? Toiminnan perusta on kaupallista, joten siitä on myös saatava voittoa, jolla rakennetaan tulevaisuutta. (Ekholm & Repo 2010, 101-102).

Aiemmin (alaluvussa 2.2) mainittu Spotify taistelee piratismia vastaan tekemällä musiikkinkuuntelusta Spotifylla helpompaa ja mielekkäämpää kuin laittomien materiaalien latailu Internetistä. Tässä strategiassa on onnistuttu Ruotsissa, missä The Atlantic Wire -sivuston (29.11.2011) julkaiseman artikkelin mukaan Spotifyn yleistymisen myötä musiikkipiratismi on vähentynyt 25 prosenttia. Spotifysta saa laillisesti sitä, mitä ennen vain laittomasti lataaminen pystyi antamaan; käytännössä ilmaista tai todella edullista musiikkia. Jää nähtäväksi, löytyykö vastaavanlaisilla strategioilla kultaista keskitietä niin, että sekä piraattien vaatimukset että artistien tekijänpalkkiotoiveet saadaan kohtaamaan. Ilman tekijänoikeuksien uudenlaista soveltamista koko e-tuotanto jää vajavaiseksi. Olisi syytä kehittää aktiivisesti lisenssipolitiik-

kaa, joka kannustaisi verkkotuotantoa ja antaisi asiakkaille kilpailukykyisellä hinnoittelulla uusia tuotteita. (Ekholm & Repo 2010, 92.) Tuottajien olisi tärkeää ymmärtää kuluttajien tarpeet ja toiveet, ja maksimaalisen voiton tavoittelun sijaan pyrkiä löytämään kaikkia osapuolia palveleva hinnoittelupolitiikka. Kuluttajien tulisi ymmärtää teoksen syntyprosessin taustalla ollut työmäärä ja pyrkiä kunnioittamaan sitä vaatimuksia esittäessään.

4. Digitaalinen vai painettu?

4.1 Välityskanavan valinta

Jotta painettu ja digitaalinen kirja saadaan tukemaan toisiaan parhaalla mahdollisella tavalla, on tärkeää miettiä huolella sisällön suhdetta välityskanavaan; minkä median ominaisuudet palvelevat välitettävää sisältöä parhaiten? Minkä tyyppinen teksti/kokonaisuus on kyseessä ja mihin se pyrkii kirjallisena teoksena? Mikä välityskanava tavoittaa teoksen kohderyhmän laajimmin? Minkä tyyppistä sisältöä on kustannustehokasta tai ekologista painaa, mitä tuottaa digitaalisena? Millainen sisältö ruokkii innovatiivisuutta ja antaa mahdollisuuden hyödyntää digitaalisia ominaisuuksia monipuolisesti? Onko jotain sisältötyyppiä, mikä on täysin sidottu tiettyyn esitystapaan tai olomuotoon?

Kirja-ala joutuu vastaamaan kysymykseen: kuinka paljon kaupalliseen levitykseen tarkoitettuja nimekkeitä on järkevää julkaista painettuina kirjoina? Voisiko laatua ja tuottavuutta parantaa julkaisemalla enemmän muussa muodossa ja vähemmän painettuna? Mitä tapahuu kustantajan uskottavuudelle kirjailijoiden ja lukijoiden silmissä painettujen kirjojen vähenytessä? Heikkeneekö vai vahvistuuko se? (Ekholm & Repo 2010, 62.) Uskon, että yhä enenevässä määrin tulevaisuuden nollaviiveteiskunnassa elävät ihmiset arvostavat toimivia palveluita, täsmällisyyttä ja luotettavuutta. Kustantaja voi kasvattaa uskottavuuttaan pyrkimällä määrittelemään lukijoiden kirjallisuustarpeet asiakaslähtöisesti ja vastaamalla niihin mahdollisimman monipuolisesti sekä ajan hengen mukaisesti. Hektisen ja jatkuvan uutispyörteen keskellä pienten tiedonpalasten sekamelskaan tottunut ihminen voi löytää uuden arvostuksen huolellisesti jäsennellyjä kokonaisuuksia kohtaan. Myös kirjailijat haluavat taakseen luotettavan ja ajan hermolla toimivan kustantajan, joka tietää parhaat välitys- ja jakelukanavat juuri hänen teostensa tueksi.

Kirjallisuus voidaan jakaa karkeasti kahteen kategoriaan: kauno- ja tietokirjallisuus, joita erottaa viestinnän tarkoitus (Kairisalo 2009, 17). Kirjan käyttötarkoitus on avainasemassa, kun mietitään kumpi välityskanava on kannattavampi: painettu vai digitaalinen. Tietokirjallisuus soveltuu erityisen hyvin digitaalisena julkaistavaksi, koska tietoa on usein tarve päivittää ja

nykyisin ihmiset hakevat tietoa pääasiallisesti verkosta. Ei liene järkevää tai ekologistakaan painaa paperille pian vanhenevaa tietoa, jonka ihminen saa kätevämmiin ja jatkuvasti päivittyvänä digitaalisesti. Samasta syystä esimerkiksi monet paperilehdet taistelevat olemassaolostaan; ihminen kokee hyödyllisemmäksi lukea tuoreet uutiset vaikkapa tablet-tietokoneeltaan ja halutessaan useasta eri lähteestä. Kuitenkin siinä missä painetulle kirjallekin löytyy tulevaisuudessa kysyntää, myös paperilehdillä on oma vannoutunut lukijakuntansa.

Digitaalisuuden tarjoamat ominaisuudet ovat hyviä apuja erilaisten asioiden havainnollistamisessa ja esittämisessä. Pohtiessaan tietokirjallisuuden tulevaisuutta Kustannusosakeyhtiö Tammen tietokirjojen kustannusjohtaja Tuija Nurmiraanta kuvailee tehtävässään onnisunutta tietokirjaa tiedon, taidon ja tunteen paketiksi; yhdistelmäksi kiinnostavaa sisältöä, elämyksiä ja estetiikkaa. Hän uskoo, että ostajan hurmaa kirja, joka ratkoo käytännön kysymykset oivallisesti ja selkeästi, ei kikkaillen, vaan yksinkertaistaen, selkiyttäen ja siten valmiiksi testatun paketin tarjoten. (Tammenlehti syksy 2012, 50 .) Tulevaisuuden tietokirjat luultavasti tulevatkin olemaan moniulotteisia kokonaisuuksia, ”elämyspaketteja”, jotka hyödyntävät tekstiä, kuvaa, ääntä ja videota tiedon havainnollistamisessa.

Tiedonhaku helpottuu huomattavasti digitaalisuuden myötä; tämänkin opinnäytetyön koostamiseen olisi kulunut tuplasti enemmän aikaa ja hermoja ilman Haku-toimintoa. Tämä toiminto on erityisen hyödyllinen tietosanakirjoissa, jotka ovatkin jo digitalisoitumassa kovaa vauhtia. Digitaalisuus palvelee erityisesti teoksia, joita ei välttämättä ole tarkoitus lukea kronologisesti edeten, vaan aihepiireittäin hakemalla. Digitaalisuus sopii myös sellaisiin teoksiin, jotka eivät sisällöllisesti tai fyysisenä tuotteena herätä suurta tunnearvoa ja voisivat esimerkiksi suuren kokonsa takia toimia paremmin sähköisenä.

Kronologisuus sopii painettuun kirjaan ja erityisesti tarinamuotoiseen kerrontaan. Kun jokin aiemmin tekstissä mainittu asia on oleellinen kirjan loppuosan ymmärtämisen kannalta, on kirjaa luettava kronologisesti edeten. Tällöin kohdasta toiseen hyppiminen ei ole tekstissä tärkeä ominaisuus. Painettu kirja on stabiili ja olemukseltaan rauhallinen. Sen fyysisyyteen liittyy monesti aistimellisia ja tunneperäisiä kokemuksia, jotka ovat monelle lukijalle oleellinen osa kirjautointoa. Painaminen soveltuu esitystavaksi sellaisiin näyttäviin, painoteknisesti huolella toteutettuihin kokonaisuuksiin, joiden pariin lukija palaa mielellään vielä vuosienkin kuluttua. Moni lukee myös kaunokirjallisen teoksen mieluiten painettuna kirjana, jonka fyysisyys hivelee silmää ja sisältö tunkeutuu syvälle sisimpään.

Myynniltään suurimman kirjallisuuslajin, tietokirjojen myynti vähenee nopeasti, mutta kaunokirjallisuuden ja sarjakuvakirjojen myynti kasvaa ja lasten- ja nuortenkirjat pitävät pintan-

sa. Suurteosten kustantaminen on lähes loppunut. Oppikirjojen myynti hiljenee, ja kirjallisuuden kokonaisymyynti on alkanut vähentyä (Ekholm & Repo 2010, 53.) Tietokirjojen vähenevä myynti asettaa suuria haasteita kustantajille. Tietokirjat ovat tuoneet yli puolet euromääräisestä myynnistä ja myynnin väheneminen pitäisi saada korvatuksi. Toimivat jakelukanavat ja kilpailukykyinen hinnoittelupolitiikka ovat avainasemassa tulevaisuuden moniulotteisten, potentiaalisesti suuren suosion saavuttavien e-kirjojen suosituksi tekemisessä. Tarjontaa on lisättävä tarkoin harkituilla ja laadukkaasti rakennetuilla uusilla tuotteilla, jotta myyntiä voisi kasvattaa. (Ekholm & Repo 2010, 96).

Kustantamot eivät ole ainoa taho, johon e-kirjan tuleminen vaikuttaa merkittävästi. Kun suuret määrät kirjallisuutta aletaan tuottaa pääasiallisesti digitaalisena, myöskin painotyöt vähenevät. Aiemmin hyvin menestyneet painotalot ovat ajautuneet saneerauksiin ja irtisanomisiin painotöiden vähenemisen takia. Muutama konkurssikin on nähty 2000-luvulla. (Ekholm & Repo 2010, 40.) Yleensä kirjojen kotimaassa painattaminen on kalliimpaa kuin ulkomailla, mutta jos ulkomailla painattaminen jatkuu ja kotimaisia painotaloja ei tueta, Suomen painoteollisuus uhkaa surkastua olemattomiin. Omavaraisuus painamisen suhteen olisi suotavaa kotimaisen painotoiminnan tukemiseksi, ja se olisi myös ekologisempaa, sillä maiden- ja jopa mannertenväliset kuljetukset jäisivät pois.

4.2 Sisällöntuotanto

Tulevaisuudessa kirja välineenä ei luultavasti enää edusta lukijoille itseisarvoa, vaan merkittäväksi arvotekijäksi tulee muodostumaan itse kirjan sisältö, oli kirjan julkaisijana kaupallinen kustantamo tai järjestö ja oli se julkaistu sähköisessä tai fyysisessä muodossa (Rautio 2010, 63). Sisällön merkitys on olennainen välityskanavan valinnassa ja esitystapa on suunniteltava sisältöä parhaiten palvelevaksi. Riippuu sisällön luonteesta, millainen ympäristö sille sopii paremmin; jotkin sisällöt toimivat paremmin painettuna, toiset taas digitaalisena. Digitaalisen aikakauden ihmiselle on tärkeää voida hallinnoida omia asioitaan ja tiedostojaan verkossa. Lukijan tulee löytää juuri hänen tarpeilleen ja laitteilleen sopivia tuotteita. Sisältö on sama, mutta lukijalle (tai kuuntelijalle) tarjotaan mahdollisuus valita esitysmuoto. (Ekholm & Repo 2010, 96).

Ihmiset ovat sisältöjenkin käyttäjinä yksilöitä. Yksi haluaa tekstin tueksi kuvia, toinen käyttää mielikuvitustaan. Yhdelle kuva, piirros, kaavio tai kuvio kertoo kaiken oleellisen, toinen ymmärtää saman asian helpommin kahden sivun mittaisesta tekstistä. Joku on altis ottamaan käyttöön uusia menetelmiä ja välineitä, toinen haluaa pitäytyä entisiin. Yksi haluaa aina ja kaiken samanlaisella välineellä, toinen käyttää luontevasti sitä, mikä

kulloinkin on käytännöllisin tai saatavilla. Jotkut inhoavat kirjaa, toiset teknisiä välineitä. Yksi haluaa tarvitsemansa tai tarvitsee haluamansa tiedon heti online-palveluna matkapuhelimeensa, toisella on aikaa odottaa rauhaisampaa hetkeä ja selata käsikirjaa illalla nojatuolissaan. (Saarinen, Joensuu & Koskimaa 2003, 63.)

Ihmiset haluavat pitää kiinni omista tottumuksistaan ja toimintatavoistaan, joten palveluita ja tuotteita on luotava asiakkaan määrittelemään tarpeeseen. Nyt on teollisuuden vuoro kuunnella kuluttajan luomia sääntöjä. (Ekholm & Repo 2010, 54).

Amerikkalainen Daniel H. Pink (2006) kuvailee digitalisoitunutta aikaamme ymmärtämisen aikakaudeksi. Ymmärtämisen aikakaudella muun muassa luovuus ja empaattisuus korostuvat. Digitaalisen ajan ihminen ei ole vain kuluttaja, vaan hänelle on luotava myös mahdollisuuksia kommunikaatioon, omaan ilmaisuun sekä tiedon ja elämysten tuottamiseen. Uudet vuorovaikutteiset teknologiat sekä niin sanottu sosiaalinen media tarjoavat laajasti mahdollisuuksia osallistua ja tuottaa omaa ääntä mediaan. Internetissä voi esittää maailmanlaajuisesti omia ajatuksia, mielipiteitä ja mediaesityksiä, ja niitä voi esittää niin kuvina, ääninä kuin kirjoitettuina viesteinäkin. Yksi ymmärtämisen aikakauden ilmiöistä onkin sosiaalinen media ja siihen liittyvät jakelun ja osallistumisen muodot. Erilaiset internetin yhteisöt, kuten flickr, MySpace tai Wikipedia edustavat niin sanottua ”online kollektivismia”, jossa tuotetaan, jaetaan ja muokataan mediaesityksiä ja tietoa yhdessä. (Kupiainen & Sintonen 2009, 18-21.) Yhdessä vapaasti tuotettuun sisältöön on katsojan ja kuulijan kuitenkin hyvä suhtautua erityisellä tarkkuudella tiedon luotettavuuden suhteen.

Sosiaalisen median kasvava suosio vaikutuskanavana on ilmeinen; Suomen 2012 presidentinvaalivalvojasissakin seurattiin aktiivisesti ihmisten kommentointia ja mielipiteitä sosiaalisessa mediassa. Vallitsee yhteisöllisyyden ja avoimuuden aika, jossa yksittäiset ihmiset voivat ja ehkä olettavatkin saavansa äänensä kuuluviin. Halutaan jakaa informaatiota ja kokemuksia muiden verkkokäyttäjien kanssa ja myöskin luoda uutta yhdessä. Tieto- tai informaatioyhteiskunnassa täytyy ymmärtää, miten tietoa tuotetaan ja miten se rakentuu historiallisissa keskusteluissa ja kommunikaatiossa. (Kupiainen & Sintonen 2009, 23). Olisi kirjakustantajan voimavarojen haaskaamista olla hyödyntämättä liiketoiminnassa, esimerkiksi sisällöntuotannossa, verkossa asioivien ihmisten halua osallistua ja vaikuttaa asioihin. On sekä kustantajan että loppukäyttäjän edun mukaista, että tuotteet ja palvelut ovat ajan hengen mukaisia.

Yhteisöosallisuudella (myös yleisöosallisuus) tarkoitetaan joidenkin yrityksen toimintojen ulkoistamista asiakkaiden suoritettaviksi. Siinä loppukäyttäjät otetaan osaksi yrityksen sisällöntuotannon prosessia tuottamaan lisäarvoa sekä yritykselle että myös loppukäyttäjille. Media-

yrittäjien näkökulmasta yleisöosallisuuden onnistumisen edellytys onkin niiden kuluttajien ja loppukäyttäjien löytäminen, jotka pystyvät ja ovat motivoituneita luomaan sekä yrityksen että kuluttajien kannalta merkityksellistä lisäarvoa. (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 36.) Nykyisin esimerkiksi ilmaisjakelulehti Metro (Janne Kaijärvi 2012, 2) on ottanut lukijansa osaksi sisällöntuotantoa:

Uusi tekniikka muuttaa tapaa, jolla toimimme. Myös tapa, jolla sisältöjä tehdään, on huimassa muutoksessa. Viisaus ei enää asu yksin uutistoimituksessa, vaan parhaat sisällöt syntyvät yhteistyössä lukijoiden kanssa. Luotamme Metrossa jatkossakin tähän yhteistyöhön. Kehitämme jatkuvasti uusia palveluja ja keinoja, joilla voitte osallistua mahdollisimman helposti ja nopeasti juttujen tekemiseen. Ja tietysti myös niin, että yhteistyö on molemmille kannattavaa ja hauskaa.

Lukijat vinkkaavat Metrolle uutisista ja ovat milloin missäkin tapahtumassa paikan päällä kännykkäkameroidensa kanssa, jolloin lehteen saadaan lukijoiden omakohtaisia kokemuksia ja heidän ottamiaan kuvia. Tämä vahvistaa lukijan sidettä välityskanavaan, johon hän kokee voivansa vaikuttaa. Aiemmin ulkopuolisena sivustaseuraajana toimineelle lukijalle on annettu oma ääni.

Asiakkaalle on luotava yrityksestä ja sen tuotteista positiivinen mielikuva, jotta hän haluaisi antaa oman panoksensa yrityksen nousuun. On hyödynnettävä asiakkaan unelmia ja verkon mahdollisuuksia, ja tarvitaan uusia tuotteita ja uudenlaista markkinointia. (Ekholm & Repo 2010, 85.) Asiakaslähtöisyys on toimintaperiaate myös niin sanoituissa kickstart-projekteissa, joissa jonkin tuotteen tai palvelun tuottaminen on asiakaslähtöistä ja jopa asiakasrahoitteista. Kartoitetaan asiakkaiden kiinnostuksenkohteita ja halukkuutta tukea jotakin asiaa, ja vasta tarvittavan suosion löydyttyä aletaan työstää itse tuotetta. Näin on helpompaa ennakoita mahdollista hävikkiä ja jonkin tuotteen kannattavuutta jo varhaisessa vaiheessa.

Elämyksellisyydellä on kasvava merkitys nykyaikana. Tavoitteena on yhä kokonaisvaltaisempi elämys. 2000-luvun länsimaissa kulttuuria on hahmotettu myös termeillä elämys- ja mielikuvayhteiskunta, joissa muodot, tyyli, kuvat, tarinat ja elämykset vaikuttavat kaikkeen toimintaan (Kupiainen & Sintonen 2009, 19.) Kun asiakas maksaa siitä, että hän pääsee kokemaan tietyn asian, on kyse elämystaloudesta. Pärjätäkseen kilpailussa yritysten on tuotettava asiakkaille mahdollisimman merkittäviä elämyksiä. Kuluttajat haluavat kokea elämyksiä yhä enemmän, mukavasti, helposti ja syvällisesti (Stenvall-Virtanen ym. 4/2011, 35.) Elämyksellisyys tulee olemaan yhä tärkeämpi keino tuottaa digitaaliselle tuotteelle lisäarvoa. Esimerkiksi e-kirja tai elämyskokonaisuus voi pyrkiä erottautumaan massasta tarjoamalla kuluttajalle ais-

teja hivelevän, hallitun luku-, katselu- ja kuuntelukokemuksen. Parhaiten tähän päämäärään päästään tekemällä yhteistyötä muiden elämyksiä tuottavien tahojen kanssa.

”Näyttämällä esimerkkiä moninaisuudesta ja ilmaisunvapaudesta e-kirjat voivat rohkaista kirjakustannusalaan pienkustantamojen toimintatavan kaltaiseen uudistumiseen, menestyskirjojen suosimisen lopettamiseen sekä parempaan kaupallisuuden ja kulttuurin tarpeiden väliseen tasapainoon.” (Pastore 2008, Kairisalon 2009, 76 mukaan). Kehitys mahdollistaa kirjakustantajien hylkäämien tai liian pieneen marginaaliryhmään kuuluvien tekstien julkaisemisen ja verkko niiden markkinoinnin. Kynnys julkaista omaa tuotantoa alenee huomattavasti verkon apujen myötä. Samalla kirjailijoille avautuu uusia mahdollisuuksia tehdä aihe- ja tyylikokeiluja, ja myöskin saada niistä palautetta ja kehitysehdotuksia lukijoilta itseltään.

Sisältöä voi tuottaa hyvinkin nopeasti. Helsingin sanomien jutun Läppäri laulaa punk-asenteella (Väliaho, 2012) mukaan esimerkiksi Jarno Ahonen, omien kirjojensa kustantaja ja kirjoittaja, tuottaa sisältöä nopeammin kuin toiset lukevat. Ahoselle kirjoittaminen on kuin roolipeli tai kerran esitettävä näytelmä, eli rocktermeillä kuvattuna: ensimmäisellä otolla purkkiin. Ahonen perustelee poikkeavaa kirjallisuuskäsitystään halullaan pitää kirja autenttisena; kirjoittaessaan hän elää ja kokee tarinan mukana, eikä halua muuttaa kokemaansa. ”Eihän historiaakaan muuteta”. Ahosella on tekemisissään punk-asennetta: kuka tahansa voi perustaa bändin tai lehden tai olla kirjailija ja kustantaja. ”Kaikille kirjoittajille pitäisi saada julkaisukanava ilman turhia välikäsiä. Kirjoittajat kirjoittaisivat suoraan lukijoille. Se on tulevaisuutta”. Kirjakustantajat lienevät syystäkin tästä eri mieltä. Sisällöntuotanto voi olla nopeaa, innovoivaa ja herkuttelevaa, mutta miten voidaan ylläpitää kirjallisuuden nauttimaa uskottavuutta, luotettavuutta ja kulttuurillista laatua, jos tällainen tapa tuottaa sisältöä yleistyy? Onhan pikaruokakin ajoittain nautittuna herkullista, mutta ainoana tai pääasiallisena ravinnonlähteenä se tuhoaisi meidät sisältä päin.

4.3 Tunne voimavarana

Tunnearvoa on monenlaista. Se voi perustua tietoon tai tarinaan, fyysiseen tuntuun, ulkonäköön tai vaikkapa tuoksuun. Tunnearvo on henkilökohtaista ja siten jokaisen kohdalla erilaista. Jollekin vanha painettu kirja kaikkine suttuineen, teeläikkineen ja hiirenkorvineen on vain ruma kulahtanut esine, jota voi käyttää vaikka takan sytykkeenä. Toiselle saman teoksen lukeminen tai vain katsominen voi olla todellinen henkireikä; tuhansien tunteiden salapaikka, jonka kulahtanut ulkomuoto vain vahvistaa tunnesidettä. Tunnearvoon vaikuttaa oleellisesti se, millaisia asioita ihminen elämässään arvostaa. Jollekin tärkeintä on menestyminen, elämän jatkuvassa liikkeessä pysyminen ja uudistuminen. Toinen määrittää nykyhetkeä menneisyytensä kautta; välillä nostalgisoiden ja palaten merkittävien muistojen pariin.

Ihminen on äärimmäisen tunteellinen ja ajattelevainen olento, joka pohtii omaa olemassaoloaan ja sen merkitystä. Tunne on se vaikuttava voima, joka viime kädessä vie voiton järjestä. Jos järki ei jotain ymmärrä, mihin muuhun ihminen voi luottaa kuin sisäiseen ääneensä, jota tunteeksi kutsutaan? Ihminen pyrkii tekemään elämässään päätöksiä arvomaailmansa pohjalta käyden samalla sisäistä dialogia järjen ja tunteiden välillä. Myynti- ja markkinointi-ihmiset tietävät varsin hyvin, kuinka vedota ihmisen tunnepuoleen ja saada hänet haluamaan jotakin asiaa, vaikkei sitä ehkä aiemmin tuntenut tarvitsevansa. Esimerkiksi muistoesineiden myynti perustuu tunteeseen; ihminen on kokenut tai nähnyt jotain, mistä haluaa itselleen fyysisen esineen, joka aina muistuttaa silloin koetusta tunteesta. Myös heräteostokset ovat vahvasti tunnesidonnaisia. Jos ihminen on kahden vaiheilla, ostaako tuote vai ei, hän luultavasti tekee ratkaisun tunteen perusteella. Elämystalouden taustalla on ihmisen kyky tuntea ja saada suurta mielihyvää erilaisista asioista, ja myöskin uusien asioiden luomisesta.

Elämysten tuottajia ovat esimerkiksi taiteelliset tuotteet, kuten musiikki, maalaustaide, elokuvat ja luova kirjallisuus. Taide on tunteiden välityskanava. Luova prosessi tarvitsee syntyäkseen jonkin tunnetilan, joka ei välttämättä tule ”napin painalluksella”. Tunteiden hallitseminen järjellä on joskus hankalaa, mutta vielä hankalampaa lienee luoda tyhjästä tunnetta sinne, missä järki seisoo yksin. Tunne lähtee sisältä ja kumpuaa esiin omapäisesti, ei käskettäessä. Jotta jokin luovan prosessin tuloksena syntynyt tuote, esimerkiksi upea kaunokirjallinen teos, saadaan kauppoihin ja kuluttajien hyppysiin, on käyty läpi valtava määrä tunnetilojen sekamelskaa, joka on kaiken lisäksi onnistuttu jäsentämään järjen avulla ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Siispä minusta tuntuisi lähes rikolliselta vaatia luovia aloja jakelemaan tuotteitaan verkossa puoli-ilmaiseksi; ovathan he kovan työnsä tuloksena antaneet minulle elämyksiä ja sellaisia tunteita, joita on vaikea mitata rahassa. Tämä onkin yksi tunteen rikkauksista; jos tunne on tarpeeksi voimakas, ei mitkään maailman rikkaudet saa siitä luopumaan.

On tunneperäistä, että saan nautintoa kirjahyllyn katselemisesta. Se henkii turvallisuutta, luotettavuutta ja vuosisataisia perinteitä, jotka elävät edelleen minun olohuoneessani. Kirjahylly on myös kaunis sisustuselementti, joka kätkee sisäänsä pienen maailman verran tietoa ja tarinaa. On myös tunneperäistä, että edelleen teen käsityönä läheisilleni onnittelu- ja joulukortteja digitaalisten kanavien kätevyydestä huolimatta. Nostalgian iskiessä kaivan esiin aikoinaan ystäviltä ja perheeltä etanapostin välityksellä saapuneita kortteja ja kirjeitä. Ihastelen paperin tuntua ja kynän luonnollista jälkeä, mikä koukeroineen kertoo jotakin viestin lähettäjistä. Nämä tunteet ja muistot säilyvät voimakkaina niiden henkilökohtaisuuden ja ainutlaatuisuuden vuoksi eivätkä ne takuulla katoa bittiavaruuteen. Siinä missä yksi nauttii edellä mainituista asioista, toinen saa nautintoa päästessään eroon tarpeettomaksi käyneistä hyödykkeistä. Suhtautuminen ja toimintatapa riippuvat täysin yksilöllisistä tarpeista.

Digitalisoituvalla kirja-alalla on tilaa innovaatioille, ja tarvitaankin monta osaavaa mieltä pohtimaan, kuinka parhaiten vastata lukijoiden laajeneviin tarpeisiin sekä painettua että digitaalista ilmaisutapaa kunnioittaen. Tarvitseminen on myöskin tunneperäistä, joten kyetäkseen vastaamaan tarpeisiin on oleellista ymmärtää tunteita niiden taustalla. Tämänkaltaisen ymmärrys luo tukevan pohjan kehittää digitaalisessa ympäristössä toimivia myynti- ja markkinointistrategioita sekä tuotesuunnittelua. Uusien innovaatioiden syntymiselle digitaalisessa ympäristössä on kaikki edellytykset; tieto, yhteisön taustauki, melkoisen avoin kehitysympäristö ja vapaus (ainakin verkkoanarkistin mielestä). Olisi tärkeää antaa tukea innovoivalle toiminnalle ja asettaa kohtuullisia vaatimuksia. On täysin eri asia olla jo keksittyä toteuttava kuin uutta luova tekijä.

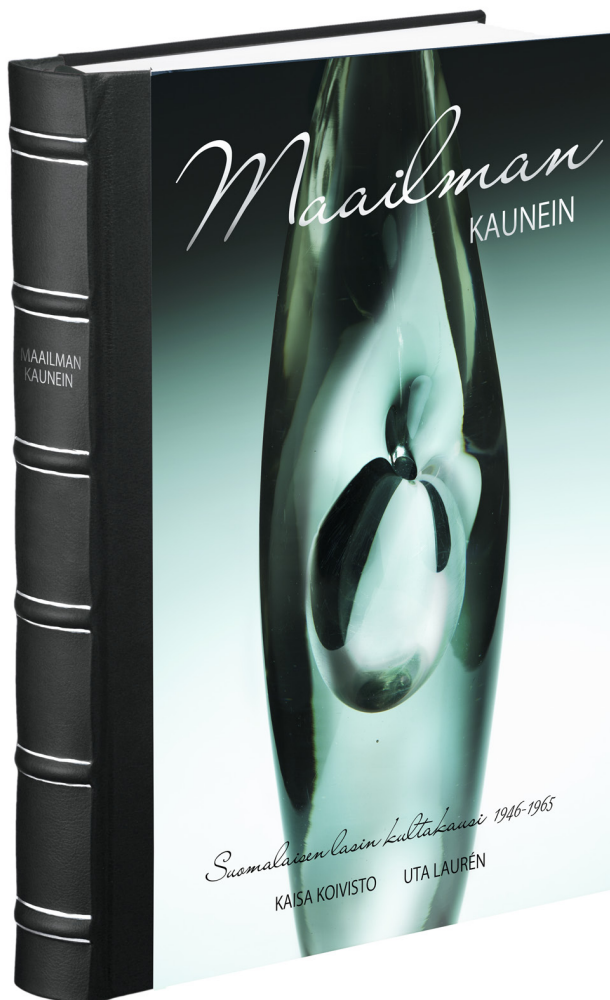
5. Yhteissuunnittelu ja suurteos

5.1 Mikä yhteissuunnittelu?

Yhä useampi kirjallinen teos halutaan tuottaa joko vain digitaalisessa muodossa tai painetun kirjan rinnalla kulkevana sisartuotteena. Kun kaksi saman aihepiirin ympärille rakennettua, eri välityskanavissa elävää tuotetta halutaan saada tukemaan toisiaan parhaalla mahdollisella tavalla, aiheelliseksi tulee painetun ja digitaalisen yhteissuunnittelu. Yhteissuunnittelu on erityisen tärkeää sellaisten kirjojen kohdalla, jotka halutaan tehdä asiasisällöltään ja ulkoasultaan omaleimaiseksi ja erityisen erottuviksi molemmissa välityskanavissa. Puolestaan teosten, jotka koostuvat pääasiassa tekstistä tai joiden vahvuus ei piile ulkoasullisissa ja toiminnallisissa seikoissa, ei välttämättä oletetakaan eri välityskanavissa muistuttavan toisiaan, muuten kuin asiasisällöltään.

E-kirjan ei välttämättä, eikä kenties parhaimmassa tapauksessa, tarvitse olla suora kopio painetusta kirjasta. Digitaalinen formaatti mahdollistaa sellaisten ominaisuuksien hyödyntämisen, jotka eivät sovellu painettuun teokseen, ja joista kenties ilmeisimmät ovat ääni ja animaation käyttö. (Kairisalo 2009, 8.) Ympäristöinä digitaalinen ja painettu ovat sekä suunnittelumielessä että keinoissaan erottautua muusta tarjonnasta hyvin erilaisia. Jotta yhteissuunnittelussa voidaan hyödyntää kummankin välityskanavan parhaita puolia, on pyrittävä olemaan kahlitseematta niitä toisiinsa liian rajoittavasti. Kannattaa miettiä, onko teoksessa jotain, mitä voisi hyödyntää tuomaan lisäarvoa multimediakokonaisuutena. Suunta, mihin suunnittelua lähdetään viemään, kannattaa valita teoksen omaleimaisuuden ja kehitysmahdollisuuksien mukaan.

Esimerkkinä tilanteesta, jolloin yhteisuunnittelu on aiheellista, voisi olla perinteisesti painetussa muodossa toteutetun suurteoksen vieminen digitaaliseen muotoon, pyrkien säilyttämään sen painettuna tuotteena omaavan arvokkuuden ja erityisaseman. Suurteoksella tarkoitetaan sellaista kirjallista teosta, joka on käsittelemänsä aihealueen, fyysisten ominaisuuksiensa tai molempien ansiosta melko arvokas, ja yleensä teosta on tehty vain rajoitettu painos. Suurteokset ovat painolaadultaan ja materiaalisilta ominaisuuksiltaan näyttäviä ja yleensä fyysisiltä mitoiltaan kookkaita opuksia. Kasvavaa lisäarvoa teoksille tuo rajoitettu painosmäärä; kirjaa valmistetaan vain tietty määrä ja jokainen teos mahdollisesti myös numeroidaan erikseen. Maailman kaunein – Suomalaisen lasin kultakausi 1946–1965 on Kustannusosakeyhtiö Tammelle vuoden 2011 syksyllä suunnittelemani ja taittamani suurteos, jota käytän tässä luvussa havainnollistamaan yhteisuunnittelun haasteita. Voiko pääpiirteittäin samalla sisällöllä, ilman painetun kirjan aineellisia ominaisuuksia ja aukeama-ajattelua, tuottaa perinteistä suurteosta kunnioittavaa digitaalista kokonaisuutta? Seuraavassa Maailman kaunein lyhyesti esiteltynä havainnollistavina kuvina:



Kuva 4: Suurteoksen kansi.

Koko: 245 x 340
Sivumäärä: 415

Kirjan selässä pingotettua nahkaa ja takakannessa kluutti. Etukannessa ja selässä matta-hopea folio. Kirjan sisällä luku- ja päänauha. Kannen valokuva: Rauno Träskelin.



Kuvat 5 ja 6: Prosessia materiaalien valinnasta. Yllä selän nahan, takakannen kluutin ja pää-
nauhan valintaa. Alla lukunauhan valinta.

1930-LUVUN MUOTOILUA

1890-luvun hursiinista muuttoliikasta vain Gösta Hengell työskenteli vaikkosena muuttoliikassa. Hänenkin ohjelmatietä televisiorituaali kukaan pitävimmistä, mutta työtä lienee muuttoliikasta pitävimmistä meillä neuvott. Edusti Vuosato, jonka on alkoi vuonna 1936, on jättänyt lähes tuntemattomaksi, vaikka hän tekikin pitkäaikaisena pitkin osan lämpöä ja vaikkosena. 1890-luvun laulunmuuttoliikasta Aino ja Alvar Aalto, Aatto Bromberg ja Gunnar Nyman ovat Hengellia ja Vuosatoa tunnetumpia. He olivat vierailevia tahoja. Van Hengell ja Vuosato olivat muuttoliikasta uusia.

[illegible]

Göran Hengelin vuorokattomalla tuli Karibian laulusta laulusta ja ennen 1990-luvun puoliväliä. **TOIMEN LAULUJA / EMINO TRAMOLIN**



Görans Hingepilvin muistomaria 96 p:n
vastaan 2022 on kristallia yksin
kristallimallin: vain puolipallon
muistomaria muistojen ja muistojen
muistojen. Muistomaria muistomaria
muistomaria kristallia 2022 kirk-
kaana 2022 muistomaria muistomaria.
Muistomaria muistomaria / Muistomaria muistomaria

Tyrs Lantigen, ruotsalainen keksimies, suunnitteli jo 1910-luvun puolivälin vaiheilla Oskaryhtöä Ruotsiin alle Tyrs-laitoksen. Lantigen tunnettiin Suomessa ennen kaikkea Arabian talousajana. Tämä keksintä hän vaikutti Arabian talousajasta eriytyneeseen. Arabia oli teollisuuslaitos, joka suunniteltiin jatkossa pyrkivä valittamaan yhteistyöhön taiteilijoiden kanssa.

Vuonna 1932 Kari Ekelundista tuli tehtaan tuotteen johtaja. Ekelundilla oli jo illalla lauselmoinen apteekissa ja kirkossa, ja samalla illalla hän käynnisti muotokuvan piirustuksen eteläisessä kirkossa. Arabian tuotantoon ja sille yksittäisiin tuotteisiin lause- mainosmuotoilusta. Niitä muodosteli edellä mainittu, jonka muotoa se muotoilusta löydettiin 1940-luvun lopulla ja 1950-luvun alkuun tuli mainosmuotoilu.¹ Tuotteen taidetta etsittiin usein julkisista, jossa voitiin nähdä kappaleen tavoin mainosmuotoilusta.

Keskisen luokan ja kesänuorisokoulujen järjestämiseen on katsottu liittyvän kirkollaan päättävien toimien suuri laajuus. Vuonna 1953 A. Ahlström Oskariin toimineen johtajaksi tuli Harry Gulliksen (1902–1954), joka edusti modernia teokasvattusta yhteiskuntasuhteista, jonka mukana toimittaminen tuli omalla sisäisellä olin kehityksen lähteenä.

Harry ja Maire Gulliksen (os. Ahlström) olivat modernin aatteellisuuden, taiteellisuuden ja talteen suojittaja. Maire Gulliksen, jolla jo oli



BARCELONAN MAAILMANNÄYTTELY 1929

Paralelan maailmansotien Suomen osuutta ei yltä osin otettu niin kutsutulle kulttuuriprogressille, jossa edustatiin Suomen siviiliselvityksen neuvottelun, koulutuksen, sotatieteiden tutkimuksen, lääkinnän ja eläinlääkinnän osuutta. Osuuden menestyksen takaisin kutsuttiin uudet eläimet taidehistorian tutkimus, jota seuralaisten korostettiin, ja muutenkin, olivat neuvottelut ja valinnat yhtäpitäisiä muun muassa lausunkaisten kanssa.

Mellin kaikki työt oli valmistettu vasta vuoden Ruotsalan maahan-
näyttelyä varten, ja ne olivat Kotiseutujärjestön Liiton Omatien jäsenen
omistamia. Vaikka lehden kirjoittajan paljon Suomessa ota-
mastaan, monet eivät maistaneet karkkia. Näyttelyä esikutsuttiin toini
Harry Rönöön, jota arvosteti Göta Elvén ja pidiänsä lausunnosta
senon lausa Göran Högström. Omatien oli esittänyt näyttelyä valoi-

[illegible]

Suomen esisto Barcelona
maailmanlauluylehtynä 1929. O-
pinto Rikkinen/anti ammatti-
kivien suomenlaulu lauluylehti
Etualla Henry Ericsonin la-
ranta laulu-esiintyö sekä laulu-
lehti H. E. jolla hän voitti la-
uunlaulu- ja laulu-esiintyö-
kilpailun.

tehdas, osallistuvien näytelmien toiminnalla kokoonkutsua. Molemmat kokoukset saivat Rautelomaan maalaisseurapiiriyhdistyksen erikoisnuorisotoukset, ja ne olivat samana vuonna kirkossa esillä myös Turun Messuilla.⁵²

Henry Eriksson oli tehdeni vaimonella esitelle Oskariin⁵³ Riihimäen kirkonkuntaan, ois kokouksen Rautelomaan. Täsi kokouksena mallaja yhdistyivät muut taiteellisen osuutensa ja ammatillisen laatuksen laatuohjelmajien ois kaivertajien kirkonkuntaan ammatillista. Rauteloma mallaja kaivertajien ois kirkonkuntaan, Teodor Käpiä, talle pää osuutensa. Rauteloma mallaja kirkonkuntaan ammatillisen vail kolme muuta kaivertajaa laatuohjelmajien maalaisseurapiiriyhdistyksen vail laatu ohjelmajien.

[illegible]

Suomalaisen lasteriliigan
kallisti *Baridolan* maailman-
myyntilyy näyttämösti. Fitoula
Henry Ericssonin suurenneen
lasteriliigan, *Baridolan* malja
Suomen 1. ja 2. palkinto



Timo Sarpaneva

Extra Exercise

[illegible][illegible]

Tämä Seppälä on ollut Suomessa jo yli 100 vuotta. Hän on ollut Suomessa jo yli 100 vuotta. Hän on ollut Suomessa jo yli 100 vuotta.

uella. Tunnustan monistyksen myötä Saksassa
Ostala valittiin ammattikokkeensa Horst Benoitin
-alkamishetkenä joulukuun vuorokauspäivästä esi-
nättä (the most beautiful object of the year). Sam-
sinäkin aamuna uuelle uuellekin rauteille, muut-

Seurapaista ei keuhkotauhin-ottamien Grand Prix -kilpailun voittaja voinut 1937 toimittamissa. Hän oli Suomessa voittanut kahdeksi ja oli Grand Prix -palkinnon myötä kymmenkertainen voittaja. Seurapaista voitti kolme Suomen voittajaa myötäpalkinnon R35 alipolissa Helsingin voittajaa 1935. Loppukilpailun voitti hän oli voittanut 1936.

Vuonna 1925 julkistettiin Suomeen suunniteltu maakaava, jota luonnonsuojelusta kiinnostuneet ja taide- ja ympäristöalalla toimineet ihmiset alkoivat johtaa. Kaava oli luonnonsuojelun ja taiteen yhdistelmä. Suomea varten suunniteltiin omaa maakaavaa, luonnossa sijaitsevia alueita, jotka olivat suojeltavia (viikot). Kaava oli luonnonsuojelun ja taiteen yhdistelmä. Suomea varten suunniteltiin omaa maakaavaa, luonnossa sijaitsevia alueita, jotka olivat suojeltavia (viikot).

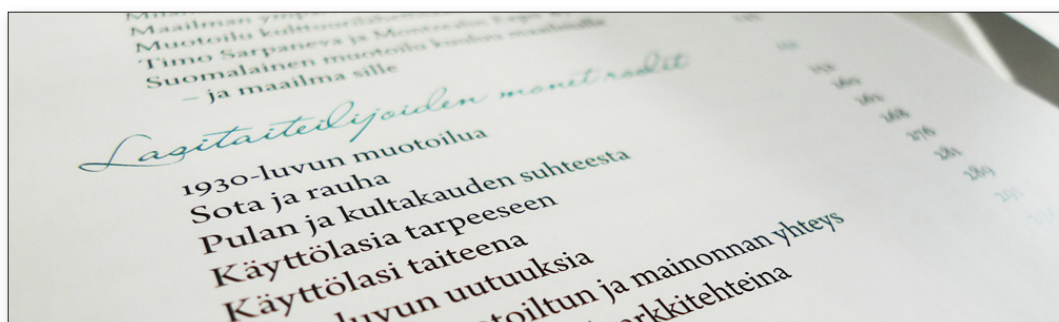
[illegible][illegible][illegible]

Chloris-aidoalokkaset ryryvät liman kait-
talle alan alla lehtokäpöihin. Itsekä ei
nauti tunteista, sillä joku paljasta tunteet

[illegible]



Kuvasarja 1: Esimerkkejä aukeamista. Teoksessa on yli 200 näyttävää kuvaa: valokuvia esi-
neistä, taiteilijoista, näyttelyistä ja lasitehtaista. Taitossa aukeamat pyrittiin pitämään valoisina
ja kuvat suurina aina kun mahdollista.



Kuva 7: Käytettyä typografiaa. Otsikoissa Liana Script ja Scriptina ja leipätekstissä Arno Pro.

Kaisa Koiviston ja Uta Laurénin kirjoittaman Maailman kauneimman tavoitteena oli esitellä edustavasti ja arvokkaasti suomalaisen lasitaiteen helmiä yksissä kansissa. Suurteos kuuluu Tammen vuosittain kasvavaan suurteosten sarjaan. En ollut aiemmin työstänyt yhtä laajaa ja vaativaa kokonaisuutta, joten kun tilaisuus sellaiseen tarjoutui, lähdin oitis mukaan projektiin. Projekti osoittautuikin haasteelliseksi, mielenkiintoiseksi ja erittäin opettavaiseksi kokemukseksi, jonka tiimellyksessä sain tehdä yhteistyötä kirjailijoiden, kustannustoimittajan, valokuvaajan ja painoammattilaisten kanssa. Maailman kaunein on merkittävä painettu kirja, jolle asiasisältönsä lisäksi huomattavaa lisäarvoa tuovat painolaadulliset ja materiaaliset ominaisuudet sekä rajoitettu painosmäärä. Teos on arvokas nimenomaan painettuna suurteoksena. Suomalainen lasitaideteos on Suomessa tasokasta ja kansainvälisestikin tunnettua, joten aiheesta kiinnostuneita ihmisiä lienee paljon. Sisältönsä puolesta Maailman kauneimmassa voisi olla paljon potentiaalia menestyä myös digitaalisena kokonaisuutena.

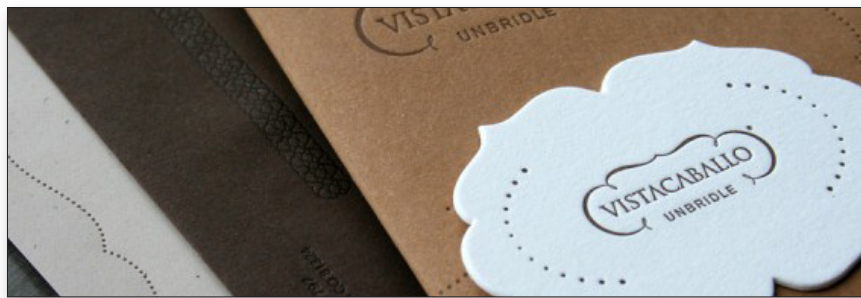
Kun yhteissuunnittelua lähdetään toteuttamaan, herää kysymys: missä määrin saman sisällön ympärille rakennetun painetun ja digitaalisen esitystavan on oltava yhteneviä? Mielestäni on selvää, että saman nimikkeen alla myytävien sisartuotteiden tulee olla jollain tapaa selkeästi rinnastettavissa toisiinsa välityskanavasta riippumatta. On erilaisia visuaalisia keinoja vahvistaa tai tuoda näkyväksi erillisten tuotteiden välistä sidettä. Jos kansikuvaa ei haluta pitää täysin samana eri välityskanavissa, yhteisen nimikkeen lisäksi esimerkiksi tunnusomaiset värit tai jokin muoto toimivat visuaalisena yhdistäjänä. Tuotteiden on hyvä olla tunnistettavissa rinnakkaisiksi, mutta niiden ei tarvitse orjallisesti noudattaa toistensa ilmettä. Molempien välityskanavien tulisi voida korostaa parhaita ominaisuuksiaan; esimerkiksi painettu kirja voi esitellä hyvää painojälkeä ja herkutella fyysisillä materiaaleilla, kun taas digitaalinen voi esitellä vaikka elävää kuvaa ja ääntä.

5.2 Ilmaisun vahvuudet välityskanavissa

Lähtiessäni suunnittelemaan Maailman kauneinta minulle oli selvillä kirjan perustiedot, kuten sen fyysinen koko ja jonkinlainen käsitys kirjan sisällöstä. Kirjan fyysinen koko määräytyi Tammen aiemmin julkaisemien suurteosten mukaan; kirjahyllyssä rivissä ollessaan ne ovat kaikki saman korkuisia ja levyisiä, ja lähestulkoon saman paksuisia, mikä luo yhtenäisen tunnelman suurteosten sarjaan. Kaikissa sarjaan kuuluvissa suurteoksissa on kiinteinä elementteinä myös selässä käytetty nahka, takakannen kluutti sekä luku- ja päänauha, joiden värit olivat Maailman kauneimmassa minun päätettävissäni. Kirjan kannen lisäksi sisällön elementtien, kuvien ja tekstin, asettelun ja käytettävän värimaailman sain suunnitella itse. Alusta pitäen oli selvää, että valittu formaatti fyysisine piirteineen korostaa teoksen olemusta nimenomaan painettuna kirjana. Painoteknisiä ja materiaalisia korostuskeinoja on hyvin perusteltua hyö-

dyntää Maailman kauneimman kaltaisissa suurteoksissa, joiden huolella koostettua, laajaa ja arvokasta sisältöä halutaan korostaa myös kirjan fyysisellä olemuksella. Myöskin kirjan suuri koko (245 mm x 340 mm) lisää teoksen vaikuttavuutta; avatun kirjan sivut lepäävät valoisina edessäsi ja kauniit suuret kuvat pääsevät oikeuksiinsa.

Painettu kirja on omiaan esineellisyytensä, fyysisen tuntunsa ja aistimellisten ulottuvuuksien-
sa puolesta. Painetuissa kirjoissa syytä luottaa näihin vahvuuksiin ja herkutella painojäljellä,
siihen ei digitaalinen pysty. Tässä esimerkkikuvia materiaalisista ja painoteknisistä mahdolli-
suuksista, joita voi hyödyntää monenlaisissa painotuotteissa:



Kuvasarja 2: Esimerkkejä materiaalisista ja painoteknisistä mahdollisuuksista. Lähteissä ylhäältä alas a, b, c ja d.

Digitaalisessa ilmaisussa on puolestaan omat vahvuutensa, joihin painettu kirjallisuus ei pysty. Ilmaisukeinot verkossa kehittyvät jatkuvasti ja mahdollisuudet ovat lähes rajattomat. Ilmeisiä ovat ääni-, video- ja animaatio, sekä enenevässä määrin 3D-ominaisuudet. E-kirjojen käyttöliittymiin, verkkopalveluihin ja jakelukanaviin kannattaa luonnollisesti myös hakea malleja verkosta. E-kirjojen suunnittelussa kannattaa hyödyntää monipuolisesti verkossa hyviksi havaittuja ilmaisukeinoja, koska niiden kehitysmahdollisuudet ovat laajat ja ne ovat ihmisille jollain tapaa entuudestaan tuttuja.

Seuraavassa muutamia esimerkkejä esitystavoista ja ilmasukeinoista, jotka tuntuivat omasta mielestäni vaikuttavilta ja kehityskelpoisilta. Ne käyttävät sellaisia digitaalisia keinoja, jotka eivät painomaailmassa ole mahdollisia, ja joista uskoisin olevan hyötyä monen sähköisenä esitettävän kirjallisen teoksen suunnittelussa. Esimerkkejä on hankala esittää tässä tekstinä ja kuvina, mutta lähteistä löytyvien [www-osoitteiden](http://www.osoitteiden) avulla pääsee näkemään alla esitellyt sivustot toiminnassa:



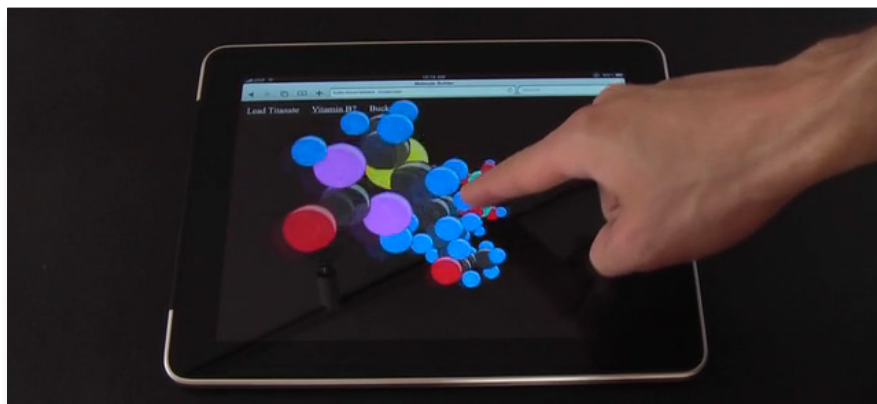
Kuvat 8 ja 9: Ylemmässä kuvassa esimerkki sivustosta, joka hyödyntää animaatiota tuomaan esille kuvittajan persoonaa, huumoria ja animointitaitoja. Tämän tyyppinen kosketuksesta elävä animaatio voisi toimia hyvin myös kirjoissa, esimerkiksi e-kirjassa *The Beatles Yellow Submarine* (alempi kuva) yhdistetään tekstiä, ääntä, animaatiota ja videokuvaa hausalla tavalla.



Kuva 10: Interaktiivinen sivusto, joka on tehty dokumenttielokuvan tueksi ja antamaan ihmisille kurkistuksen dokumentin käsittelemiin aiheisiin itse filmatisoinnin hengessä. Valikko ja koko yleisilme on yhdenmukainen itse dokumenttielokuvan kanssa. Voisiko massasta erottautumisen tueksi arvokkaalla e-kirjalla olla oma tiedostoon sisällytetty lukuohjelma, jolloin koko teoksen ympäristö tukisi sen toimintoja ja henkeä?



Kuva 11: Upeaa visualisointia ja kuvitusta ikuisesti luoppaavassa esityksessä, jossa sukellaan Ihmemaan Ozin pyörteeseen. Esityksen nopeutta ja suuntaa voi interaktiivisesti itse säädellä. Tämän tyyppisillä visualisoinneilla voisi mahdollisesti tuoda lisäarvoa ja luovaa tarinankerrontaa multimediaa hyödyntäviin kirjoihin tai elämyskokonaisuuksiin.



Kuva 12: Adam Grossman esittelee blogissaan iPadille tehtyä 3D-simulointia kosketusnäytöllä käännettävistä molekyyleistä. Tällaista interaktiivisuutta voisi hyödyntää esimerkiksi oppi- ja tietokirjoissa.



Kuva 13: Ranskalaisten tutkijoiden iPadille ja iPhoneille kehittämässä sovelluksessa saadaan simuloitua kolmiulotteista tuntua ilman silmille laitettavia 3D-laseja. Sovellus hyödyntää iPadin sisäänrakennettuja kameroita hahmottamaan ihmisen pään sijaintia ja katselukulmaa, minkä avulla objektin kulma muuttuu, luoden kolmiulotteisen vaikutelman. (Francone & Nigay, 2012).

Kirjaan ajatellulla sisällöllä on suuri merkitys niin välityskanavan kuin esitystavankin valinnassa. On mietittävä kirjaan haluttavan materiaalin laatua, luonnetta ja sitä, kummalla välityskanavalla olisi sille enemmän annettavaa. Jotkin teokset sopivat hengeltään tai ominaisuuksiltaan paremmin tiettyyn esitystapaan. Vanhan ajan tunnetta ja olemusta tavoitteleva teos voi olla uskottavampi painettuna kirjana kuin digitaalisessa muodossa. Digitaalisena puolestaan kukoistaa esimerkiksi uuden ajan ilmiöistä, animoinnista tai interaktiivisuudesta, hyötyvä teos. Aihepiiriltään suurteoksiksi (erityisesti painetuiksi) sopii pitkäikäinen tieto, joka ei käytännössä vanhene tai päivity jatkuvasti eli muun muassa historialliset ja taiteelliset teokset. Kukaan ei halua maksaa vanhentuneesta tiedosta. Suurteos Maailman kaunein ei mielestäni ole tieto- ja kuvasisältöä ajatellen sitoutunut tiettyyn välityskanavaan, koska sisältönsä puolesta siinä olisi monia mahdollisuuksia hyödyntää näyttävästi erilaisia digitaalisia esitystapoja.

5.3 Ilmeisimmät erot suunnittelussa

Kuten painetunkin kirjan kohdalla, kansi on se asia, jonka ihminen ensimmäisenä näkee. Niin kivijalkakirjakaupassa kuin verkkokaupassa kirjoja monesti arvioidaan kannen perusteella, ja sama pätee e-kirjaan. The Book Designer -sivuston artikkeli 3 Secrets to e-Book Cover Design Success (2012) antaa suunnittelijoille hyväksi havaittuja vinkkejä kannen tai kuvakkeen suunnitteluun. Tekstin kirjoittajan Joel Friedlanderin mielestä on kummallista, kuinka jotkin e-kirjojen jakelijat vaativat, että kirjojen kansien on kaikkien oltava pystysuuntaisen suorakulmion mallisia, vaikka painettua kirjaa saa vaikka minkä mallisina ja kokoisina. Lähtiessään miettimään e-kirjan kantta Friedlanderin mukaan suunnittelijan tulisi huomioida seuraavia asioita: yksinkertaisuus, pienuus ja strategia.

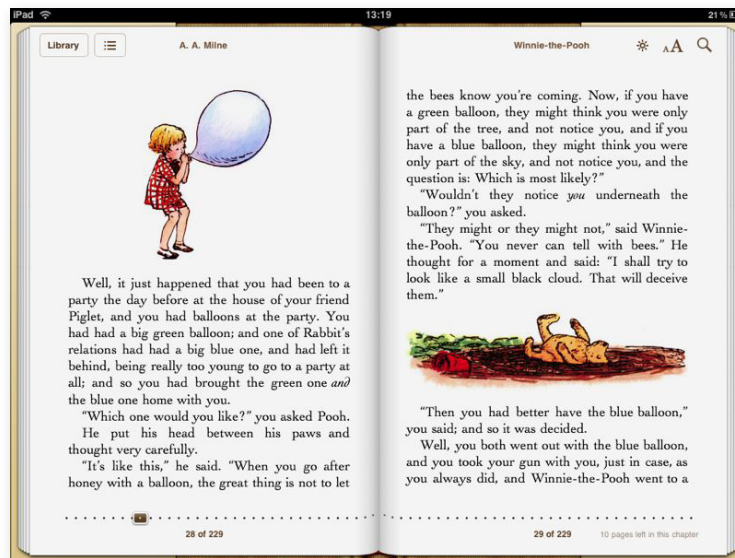
Yksinkertaisuudella tarkoitetaan sitä, että e-kirjan kannen tulisi olla myös pienessä koossa mahdollisimman selkeä ja luettavissa, jolloin siinä ei voi olla monia eri elementtejä tekstistä logoihin. Kaikki epäoleellinen tulisi karsia pois. Pieni koko on tärkeä huomioida siksi, että e-kirjan kansi näyttäytyy sekä kirjojen verkkokaupoissa että lukuohjelmissa hyvin pienenä. Hyvin tärkeää kansien suunnittelussa on myös strategisuus; samaan sarjaan kuuluvat kirjat tulisi olla helposti tunnistettavissa yhteneviksi. Tunnistettavuutta voi luoda esimerkiksi omaileimaisen typografian kautta tai jonkinlaisella värikoodilla. Nämä asiat korostuvat erityisen tärkeiksi verkossa, koska on osattava erota utua edukseen ja tehtävä todella nopeasti vaikutus asiakkaaseen.

Ennen taittotyön aloittamista olisi hyvä tehdä jonkinlainen taittosuunnitelma sekä painettua että digitaalista varten. Näin selkiytyy heti alussa mihin suuntaan taittoa lähdetään viemään kummassakin välityskanavassa, ja millaisilla elementeillä tuotteisiin luodaan yhtenäisyyden tuntua. Digitaaliselle suunniteltaessa on otettava yleisesti hyväksytyjen tiedostomuotojen lisäksi huomioon lukulaitteiden ja lukuohjelmien ominaisuuksien asettamat rajoitteet, jotka vaikuttavat siihen mikä on taitossa mahdollista ja mikä ei. E-kirjoissa visuaaliseen suunnitteluun pätevät pitkälti samat säännöt ja periaattet kuin muihinkin julkaisuihin, mutta esimerkiksi sivukoon, marginaalien, typografian ja kuvien kohdalla on hyvin erilaisia rajoitteita kuin painetulle (Pulliainen 2012, 11-14).

Monien E-kirjojen taitto voi näyttää suunnittelijan silmään raa'alta; tasapalstaiseen tekstiin ilmestyy ammottavia aukkoja sanaväleihin, otsikot tuntuvat vaeltelevan ja kuvat vaihtavat paikkaa lukuohjelman säätöjen mukaan. E-kirjojen tiedostomuodoksi on yleistymässä EPUB-formaatti. EPUB 3.0 hyväksyttiin viralliseksi suositukseksi lokakuussa 2011. Se on vasta tulossa käyttöön ja on yleistymässä, ja sitä tukevat vain uusimmat lukulaitteet. EPUB mahdollistaa muun muassa multimedian käytön. Graafisen suunnittelun näkökulmasta tervetulleita ominaisuuksia ovat parantuneet mahdollisuudet muotoilla julkaisua kontrolloimalla palstoja ja tekstin kierrätystä säilyttäen tekstin juoksevuuden. (Pulliainen 2012, 8-9.) Suunnittelijoiden työ on siis helpottumassa. EPUB:n mahdollistamat multimediaominaisuudet ovat tärkeitä esimerkiksi juuri suurteosta digitalisoitaessa, koska niiden avulla kirjalle voidaan luoda lisäarvoa.

Painetun kirjan sisällön taiton suunnittelussa on aina huomioitava aukeamat kokonaisuutena; vierekkäiset sivut ovat yhtä. Digitaalisia tiedostoja luettaessa ja katseltaessa oleellisessa roolissa on tiedostojen selailuun käytettävä luku- tai päätelaite. Laitteen koko, ulkonäkö sekä näytön tarkkuus ja laatu vaikuttavat siihen, miltä sillä katseltava sisältö näyttää ja millaiseksi

lukukokemus muodostuu. Graafisen suunnittelijan näkökulmasta yksi oleellisimpia eroja digitaalisen kirjan suunnittelussa painettuun verrattuna, on aukeamasuunnittelun hankaloittaminen tai katoaminen kokonaan. Lukulaitteella kirjoja luetaan pääasiassa pystyasennossa yksi sivu kerrallaan, koska aukeamataitto on yksinkertaisesti hankala tapa esittää sisältöä suhteellisen pienellä ruudulla, eikä kirjaa lukiessa edestakas rullailu aukeaman yllä ole mielekästä. Taiton olisi kuitenkin oltava toimiva sekä pysty- että vaaka-asennossa luettaessa, mikä asettaa suunnittelijalle haasteita. Tablet-laitteissa on mahdollista lukea e-kirjaa vaaka-asennossa aukeamittain, mutta tällainen lukutapa on omasta mielestäni hyvä ainoastaan kirjoissa, jotka on tarkoituksella suunniteltu vaaka-asennossa luettaviksi.



Kuva 14: Applen iBooksissa luettaessa aukeama voi näyttää esimerkiksi tällaiselta. Kun lukijalle annetaan mahdollisuus muokata taiton tyyliasetuksia lukulaitteessa, kuvien ja tekstin suhde voi muuttua merkittävästi.

Pystyasennossa toimivan näköinen taitto saattaa muuttua täysin, kun lukulaite käännetään vaaka-asentoon tai vastoin vaaka-asennosta pystyasentoon. Tekstipainotteisissa kirjoissa tämä ei ole suuri ongelma, mutta jos taitossa on mukana kuvia niiden visuaalinen suhde tekstiin ja ympäröivään sivuun saattaa muuttua häiritsevästikin. Taiton kannalta tällaiset muutokset korostuvat entisestään, jos lukija voi lukulaitteessaan vielä muuttaa taiton tyyliasetuksia, kuten tekstityyppiä, -kokoa ja taustan väriä. ”Joissakin lukulaitteissa käyttäjä voi peräti itse muuttaa tyyliasetuksia, jolloin graafikon työ hankaloituu, menee hukkaan tai muuttuu tarpeettomaksi.” (Kairisalo 2009, 23). Lukijan on mahdollista muuttaa esimerkiksi taustan väriä, tekstityyppiä ja tekstin kokoa, mikä tietysti vaikuttaa oleellisesti taiton ulkoasuun. Tekstityypin koon muuttamista on perusteltu sillä, että myös huononäköisemmät voivat lukea e-kirjaa. Taustavärien vaihteluilla pyritään tekemään lukemisesta silmälle ystävällisempää. Kirjaintyyppien muuttamiseen en ole keksinyt perusteltua syytä, ja se onkin mielestäni täysin turha ominaisuus.

Edellä mainittuihin muokkausmahdollisuuksiin olen törmännyt pääasiassa tekstipainotteisten kirjojen kohdalla, koska monien visuaalisempien taittokokonaisuuksien muokkaaminen on estetty erilaisilla rajoituksilla, mikä on mielestäni hyvin perusteltua. Monimuotoisissa e-kirjoissa, esimerkiksi suurteoksissa, ulkoasunmuokkausmahdollisuudet tulevat varmasti olemaan minimaaliset, koska pientäkin asiaa muuttamalla elämyskokonaisuus saattaa kärsiä. Minusta olisikin suositeltavaa että silloin, kun kuvien, elementtien ja tekstin visuaalinen suhde on tärkeä, kokonaisuuden säilyttämiseksi taiton tyyliasetusten muokkaus lukulaitteessa estettäisiin.

Lukijalle annettu mahdollisuus muokata suunnittelijan e-kirjalle tekemää taittoa ei mielestäni kunnioita graafikon työtä eikä graafisen suunnittelun yleisiä periaatteita esimerkiksi typografian osalta. Graafikko voi tuntea työnsä tarpeettomaksi ja turhaksi. Kuitenkin, vaikka tyyliasetusten muokkausmahdollisuudet eivät suosi suunnittelijan työtä, tulevaisuudessa graafikon työn merkitys e-kirjojen tekemisessä korostuu entisestään. Verkon valtavasta tarjonnasta on kyettävä erottautumaan edukseen tyylikkäillä ja huolitelluilla kokonaisuuksilla, ja hyvän lopputuloksen saavuttamiseksi on luotettava graafikon näkemyksiin.

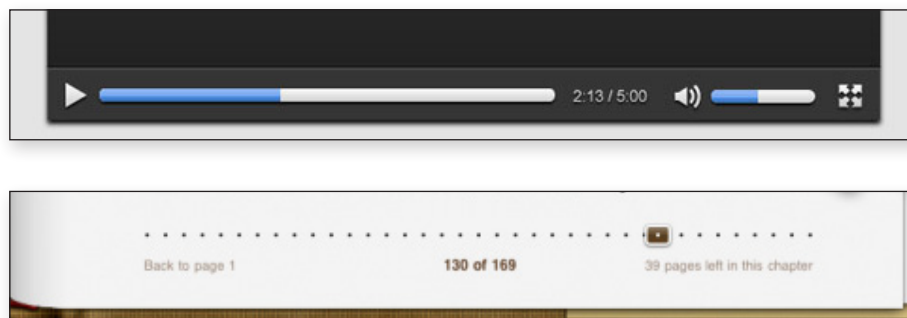
On huomionarvoinen asia, kuinka lukulaitteiden ruutua ympäröivä osa luo katseltavan sisällön ympärille eräänlaisen kehyksen, mikä myöskin vaikuttaa luku- tai katselukokemukseen omalla tavallaan. Olisikin mielestäni suotavaa, että erilaisten luku- ja päätelaitteiden muotoilu ruudun ympärillä olisi mahdollisimman pelkistettyä, ja kehyksen muodostava osa olisi suoraviivainen ja neutraalin värinen. Näin pyrittäisi minimoimaan kunkin laitteen fyysisten ominaisuuksien mahdollisesti käyttö- ja lukukokemusta häiritsevä vaikutus.

Digitaalisessa maailmassa kirjan pituudella ei käytännössä ole rajoitteita. Ei tarvitse miettiä montako paperiarkkia on käytettävissä sisällön esittämiseen. Nykyisellä sisällöllään Maailman kauneimman tiedon ja kuvien suuri määrä venyttäisi e-kirjan melkoisen pitkäksi. Sivukokonsa ja lukulaitteiden suhteellisen pienen koon vuoksi Maailman kauneimman sovittamisessa mille tahansa käytettävissä olevalle lukulaitteelle kohdattaisiin suuria haasteita. Vaikka sivumäärällä ei digitaalisena ole rajoitteita, kannattaa miettiä onko lukijan kannalta järkevää tehdä hurjan pitkää e-kirjaa. Toki tilaa säästyisi jonkin verran digitaalisten keinojen ansiosta, esimerkiksi hakemiston saa tiivistettyä Haku-toiminnon alle ja viitteet saisi napsautettua esiin suoraan viitemerkinnän takaa. Tällainen tilan säästö on kuitenkin hyvin marginaalista.

Maailman kauneimman kohdalla kyseessä on suurteos, jonka yksi rikkauksista on suuret kauniit kuvat. Tämän tulisi näkyä myös digitaalisen kirjan ulkoasussa, mutta suuret kuvat venyttävät kirjan pituutta entisestään. Kuten viitteet ja hakemisto, myös kuvat saisi piilotettua

asiasisällön yhteyteen pienikokoisempien kuvakkeiden alle, joita näpäyttämällä kuva aukeaisi suureksi lukulaitteen ruudulle. On toki menetys taiton välittömän näytävyyden kannalta, jos kuvat joutuisi pääasiassa laittamaan pieneen kokoon, mutta onhan digitaalinen esitystapa luonteeltaankin erilaista kuin painettu, ja ihmiset ovat tottuneet verkossa tällaisiin toimintoihin. Pienehköjä kuvia tai kuvakkeita käytettäessä, erityisesti multimediateoksissa, kannattaa käyttää havainnollistavia merkintöjä kertomaan, onko kyseessä kuva-, ääni vai videotiedosto. Lisäominaisuutena suurteoksessa voisi olla esimerkiksi erillinen kuvagalleria, jossa lukija pääsisi selailemaan näyttävästi kaikkia kirjan kuvia. Mikäli itse asiasisällöstä ei haluta tinkiä, on keksittävä luovia ratkaisuja erilaisten sisältöjen tiivistämiseen digitaalisin keinoin, jotta suuriakin opuksia saadaan lukijalle sopivan kokoisiksi paketeiksi.

Painetusta kirjasta lukija näkee ja tuntee kirjan paksuuden kautta, miten pitkälle hän on kirjaa lukenut. Digitaalisessa kirjassa tätä on simuloitava jonkinlaisella mittarilla, joka indikoi kirjan kokonaispituutta ja kohtaa, mitä juuri ollaan lukemassa. Kuvapainotteisessa ja muutenkin visuaalisessa e-kirjassa, pääasiassa tablet-laitteilla luettuna, mittari voi muodostua esimerkiksi pikkuisista kutakin aukeamaa esittävistä kuvista. Tekstipainotteisessa puolestaan esimerkiksi sivun jossakin laidassa kulkeva viiva ja viivalla etenevä pieni nappula voivat riittää kertomaan lukijalle etenemistahdin ja sijainnin. Myös navigointimaisen sisällysluettelon avulla lukija voi tehdä helposti suuria ja täsmällisiä harppauksia aiheiden välillä kirjan sisällä. Lopettaessaan lukemisen tai pitäessään taukoa lukija voi näpäyttää sille kohtaa elektronisen kirjanmerkin.



Kuvat 15 ja 16: Ylemmässä kuvassa tyypillinen videopätkän etenemistä indikoiva mittari ja alla vastaava e-kirjoissa yleinen lukemisen edistymistä indikoiva mittari.

On todellinen haaste suunnittelijalle sovittaa sama sisältö mahdollisimman monelle lukulaitteelle sopivaksi. Kaikkien e-kirjojen tai elämyskokonaisuuksien kohdalla ei edes liene tarkoituksenmukaista pyrkiä saavuttamaan yhteensopivuutta usean eri laitteen kanssa. Esimerkiksi suurteokset mitä luultavimmin tarvitsisivat tuekseen lukulaitteen, joka on ulkomuodoltaan, ergonomisilta ominaisuuksiltaan ja laadultaan sopiva arvokkaan sisällön esittämiseen ja tukee mahdollisimman monia tiedostomuotoja. Ainakin tällä hetkellä itse näkisin, että tablet-tieto-

koneet pääsevät lähimmäs näitä tavoitteita. Erityisesti kosketusnäyttö mahdollistaa vuorovai-
kutteisuuden tunnun luomisen elämyskokonaisuuksiin, mikä syventää lukijan lukukokemus-
ta. Tuotteen toimivuuden rajaaminen tiettyihin laitteisiin rajoittaa myyntiä ja kohderyhmän
tavoittamista, mutta on ajateltava myös esitettävän teoksen etua. On mielestäni haaskausta
latistaa esitystavan kautta sellaista sisältöä, jolla on potentiaalia loistaa digitaalisena ja antaa
lukijalle aivan uudenlainen lukukokemus.

Siinä missä painettuja julkaisuja suunnittelevan graafikon on huomioitava painoasetuksia,
erilaisia materiaaleja ja pintoja, digitaaliselle suunniteltaessa on huomioitava useita eri lu-
kulaitteita, lukuohjelmia ja niiden asettamia vaatimuksia taittotiedostolle. Graafikon työ ei
ainakaan helpotu sähköisessä ympäristössä, ja kyetäkseen tarjoamaan kilpailukykyistä osaa-
mista tulevaisuudessa, on kyettävä hallitsemaan useita osaamisen alueita painetusta sähköi-
seen mediaan. Digitalisoituminen tuo mukanaan monelle painettujen kirjojen parissa pitkään
työskennelleelle graafikoille suuria haasteita laajentaa omaa osaamistaan myös sähköiseen
ympäristöön, koska painotöiden vähentyessä luonnollisesti myös graafikon tarve ja työnkuva
muuttuu. On kyettävä elämään ajan hermolla ja pyrittävä päivittämään myös omaa osaamista
jatkuvasti päivittyvässä ja muuttuvassa mediaympäristössä.

5.4 Digitaalista lisäarvoa ja elämyksiä

Kuten jo yhteissuunnittelua käsiteltäessä havaittiin, painetun ja digitaalisen sisartuotteen ul-
koasua ja ilmaisua ei ole järkevää sitoa liiaksi toisiinsa senkään takia, että tämä rajoittaisi
huomattavasti lisäarvon tuottamista digitaaliselle tuotteelle. Lisäarvoa voidaan tuottaa mo-
nenlaisille teoksille oppi- ja tietokirjoista lasten kirjoihin. Kykyyn tuottaa teokselle lisäarvoa
vaikuttaa sisällön kehityskelpoisuus ja mahdollisuudet hyödyntää digitaalisia ilmaisukeino-
ja sisällön esittämisessä. Lisäarvon tuottaminen on erityisen tärkeää sisällöllisesti massasta
poikkeavien teosten kohdalla, jolloin teosten erikoisuutta ja ainutlaatuisuutta halutaan koros-
taa. Tällaisten opusten, esimerkiksi suurteosten ainoa keino selviytyä verkossa ja erottautua
massasta, on pyrkiä tarjoamaan ihmiselle sellainen lukuelämys, josta hän on valmis myös
maksamaan asiaankuuluvalla tavalla. Tarkastellaan seuraavaksi lähemmin lisäarvoa tuovien
digitaalisten ilmaisukeinojen hyödyntämistä yleisesti e-kirjoissa ja erityisesti suurteoksissa,
kuten Maailman kauneimmassa.

Potentiaalia voisi olla esimerkiksi kustomoidussa lukukäyttöliittymässä, jonka saisit ladattua
tabletillesi ostamasi suurteoksen mukana. Lukukäyttöliittymä on suunniteltu juuri kyseisel-
le teokselle ja palvelee sen nimenomaisen teoksen tarpeita. Se voi olla ulkoasultaan e-kirjan
kanssa yhtenevä, mikä tuo suurteoksen täysin omaan ympäristöönsä, ja lukukokemus tun-

tuu 'normaalista' lukukäyttöliittymästäsi poikkeavalta, ehkä arvokkaammaltakin. Esimerkiksi elokuva-DVD:n valikot on yleensä tehty itse elokuvan henkiseksi ja ne tukevat visuaalisesti toisiaan. Mielestäni olisi kuitenkin tärkeää, että suurteos voisi olla sekä lukuohjelman että varsinaisen kirjan muodostamana yhtenäisenä tiedostona e-kirjahyllyssä muiden kirjojen joukossa, koska erilliset e-kirjastot ovat käyttäjälle hankalia.

Maailman kauneimmassa näyttävien lasiesineiden esitelyssä voisi osittain hyödyntää 3D-simulointia niin, että lukija voisi katsella esinettä joka kulmasta, läheltä ja kaukaa, kääntelemällä sitä kosketusnäytöllä. Lukija voisi tavallaan virtuaalisesti omistaa ainakin osan teoksensa esitellyistä lasiesineistä. Maailman kauneimman sisältöä voisi rikastuttaa myös erilaisilla videoilla, joissa näytettäisiin vaikka lasinpuhallusta, vanhaa arkistomateriaalia näyttelyistä tai lasitaitelijoiden haastatteluita. Oman sävöksensä toisi myös erillinen kuvagalleria, johon on koottu kaikki teoksen upeat kuvat, jotta niitä voi halutessaan selailla joutumatta etsimään kuvia teoksesta. Kuvia voisi olla mahdollista myös ladata esimerkiksi tabletin taustakuvaksi? Vanhoihin arkistovalokuviin on mahdollista tuoda elävyyttä ja kolmiulotteisuuden tuntua erilaisilla melko yksinkertaisilla digitaalisilla työkaluilla.

On myös erilaisia tapoja rikastuttaa digitaalisen teoksen tekstipuolta. Esimerkiksi kun mainitaan jokin yritys tai tapahtuma, nimen kohdalla voisi olla linkki kirjan sisäiseen tietokantaan. Tietokannasta löytyisi tietoa erilaisista kirjassa mainituista asioista, joille ei kuitenkaan haluta itse päätekstissä antaa tilaa. Vastaavasti jos teoksessa puhutaan vaikka tietyistä musiikkikappaleista tai elokuvasta tai jostakin tietystä tyylistä, lukijan olisi mahdollista ymmärryksen puuttuessa saada asiasta helposti lisätietoa. Liitteenä voisi olla jopa pieni ääni- tai videotiedosto aiheeseen liittyen. Tällöin lukijan ei tarvitse jäädä arvailemaan mistä on kyse ja lukukokemus täydentyy sillä samaisella hetkellä. Tietopläjäyksen saisi halutessaan esille kohdassa, jossa asia on mainittu, mutta sen voisi myös ohittaa, koska se ei ole välttämätön kirjan muun tiedon ymmärtämisen kannalta. Digitaalisuus mahdollistaa tällaisen kerroksellisuuden kerronnassa ja erilaisissa toiminnoissa. Kerroksellisuudella voidaan luoda lukijalle myös tunteita siitä, että hän yllätyksellisesti saa enemmän, kuin ensisilmäyksellä vaikuttaisi.

Kerronta elävän kuvan, videon ja animaation keinoin voisi olla suuri apu erilaisissa digitaalisissa tieto- ja oppikirjoissa. Esimerkiksi käsityötaidon kirjoissa, joissa hankalien työvaiheiden auki selittäminen olisi sanojen avulla hankalaa, voi saada näyttävämpiä ja havainnollistavampia videon tai animaation avulla. Samoin oppikirjoissa, videomateriaalin katselu tai interaktiivisuus oppimateriaalissa voi monipuolistaa ja havainnollistaa asioita oppimisen tukena. Muistelen itsekkin pähkäilleeni erilaisia tylsältä ja vaikeaselkoiselta tuntuneita kaavioita ja dia-

grammeja. Kuvitus ja värit saavat aikaan paljon, mutta esimerkiksi kaavioiden ja diagrammien animointi avaa tällaisessa havainnollistamisessa aivan uusia mahdollisuuksia.

Digitaalisuudesta on suuri hyöty myös esimerkiksi matkaoppaissa. Matkakohde voidaan tuoda visuaalisesti lukijaa lähelle erilaisten esittelyvideoiden tai vaikka kohteelle ominaisen perinteisen musiikin avulla. E-kirjan kautta lukija saisi pienen palan maata hyppysiinsä jo ennen matkaa, tai vastaavasti ihminen jolla ei ole varaa matkustaa voisi tavallaan e-kirjan avulla matkustaa jonnekin omasta nojatuolistaan. Tässä apuna voisi toimia myös sosiaalinen media: lukija voi nähdä toisten matkailijoiden kommentteja ja suosituksia erilaisista kohteista. Matkaoppaissa näkee myös monesti osioita, joissa lukijalle opetetaan hyödyllisiä fraaseja, joilla hän pärjää matkakohteessa. Digitaalisessa kirjassa lukijan fraasien opettelun tueksi voi liittää äänitiedoston tai esimerkkivideon tilanteesta, jossa fraasia käytetään. Matkaoppaissa hyödyllinen ominaisuus voisi olla myös yhteys Google-mapsiin tai johonkin vastaavaan karttapalveluun.

Digitaalisten tiedostojen arvoa voi itse teoksessa käytettävien ilmaisukeinojen lisäksi yrittää kasvattaa myös niin sanotusti lisävarustelulla. Lukija voisi lisävarustella ostamaansa e-kirjaa uusilla ostettavilla ominaisuuksilla ja näin kasvattaa teoksen tai ainakin e-kirjatiedoston arvoa. Kaunokirjalliseen teokseen tai nuortenkirjaan voisi olla tarjolla vaikka vaihtoehtoinen loppu, maistiainen tulevasta jatko-osasta, kuvituksia, ja jopa kirjailijan tervehdys tai haastattelu, joissa saa kurkistaa kirjailijan pään sisään ja pääsee lähemmäs tekijää. Kirjailijoista on yleisesti tulossa näkyvämpiä hahmoja ja teoksia myydään yhä enemmän myös kirjailijan persoonalla, joten kehitys tukee myös sellaista markkinointia, jossa kirjailijan läsnäololla voidaan tuoda tuotteelle omanlaistaan lisäarvoa. Omasta mielestäni tällainen lisävarustelu ei kuitenkaan suoranaisesti kasvata itse kirjallisen teoksen arvoa, vaan rakentaa sen ympärille kiiltävää kuorta. Itse teoksen tulisi edelleen olla itsenäinen ja lisävarustelusta riippumattomana toimiva kokonaisuus.

Painetussa suurteoksessa elinkaari voi olla hyvinkin pitkä, eikä se riipu enää valmistuksensa jälkeen ulkoisista tekijöistä, kuten tekniikan kehitymisestä. Aika tekee kaikelle tehtävänsä, painetun kirjan sivut alkavat kellastumaan ja kuvat haalistumaan, mutta kirja on silti lukukelpoinen ja ihminen voi itse vaikuttaa kirjan säilyvyyteen pitämällä siitä hyvää huolta. Tavallisen lukijan voi olla hankala vaikuttaa tekniikan kehittymiseen, ja vaikka hän huolehtisi lukulaitteestaan ja tiedostoistaan hyvin, ympärillä muuttuva tekniikka pakottaa lopulta uudistumaan. Vanhat tiedostot, suurteokset mukaanlukien, saattavat kadota bittitaivaaseen lukuisien päivitysvaiheiden tohinassa.

Painettu ja numeroitu suurteos, josta on otettu vain rajoitettu painosmäärä, on taideteos, jonka arvo vain kasvaa ajan kuluessa. Rajoitettu painosmäärä onkin suuri arvotekijä suurteoksissa. Painettuja suurteoksia myös annetaan perintönä sukupolvelta toiselle. Todennäköistä on, että perintönä saatua sähköistä tiedostoa ei osattaisi enää edelleen kehittyneillä laitteilla ja sovelluksilla avata. Digitaaliseen ympäristöön on lähes mahdotonta luoda yhtä vahvaa arvotekijää tiedostojen ja laitteiden suhteellisen lyhyen elinkaaren vuoksi. Tästä syystä digitaalista suurteosta tai mitä tahansa e-kirjaa ei voi hinnoitella kovin korkealle. Tiedoston arvo ei kasva ja sen elinkaari on luultavasti melko lyhyt. Digitaalisten tuotteiden vahvuus piilee nykyhetkessä, uuden luomisessa ja ihmisen yllättämisessä ennen näkemättömin ilmaisukeinoin. Elämyksellisyys on yksi avaintekijöistä lisäarvon tuottamiseen digitaalisissa kirjoissa.



Kuva 17: Kuten Maailman kauneimmassakin, monesti suurteoksissa jokainen painettu kappale numeroidaan erikseen, mikä antaa tuotteelle lisäarvoa.

Kirjallisuuden sekä digitaalisena että painettuna tarjoamat elämykset voivat olla vähintäänkin yhtä ravitsevia kuin muiden luovien alojen tarjoamat tuotteet. Kovenevan työkaluturin vastapaino ja kompensoija kuitenkin vaikuttaa usein olevan helppo mediaviihde korkeakulttuurin tai kirjallisuuden sijaan. Verkon viihdetarjonta on tälle kehitykselle luonteva jatko. (Ekholm & Repo 2010, 54.) Onko verkon ja television tarjoamalla helpolla mediaviihdeellä ihmisten mielikuvitukselle ja tiedon omaksumiselle surkastuttava vaikutus? Tätä pohtii muun muassa Nicholas Carr (2010) teoksessaan Pinnalliset – Mitä internet tekee aivoillemme? Carr vertaa keskittynyttä lukemista syvänmeren sukellukseen ja surffailua verkossa vesiskootterilla kiittämiseen.

Taannoin muuan TV-ohjelma kantoi nimessään ilmausta: ”olet mitä syöt”. Jos näin on perusteltua sanoa, on mielestäni ajattelevasta ja tiedonjanoisesta nykyihmisestä vielä perustellumpaa sanoa ”olet mitä luet” tai visuaalisesti ”olet mitä katsot”. Toisin sanoen sama pätee niin kehon ravitsemiseen kuin mielenkin ravitsemiseen; olet sitä, millä itsesi ravitset. Miten siis

saada kirjallisuuden arvostus elämystenlähteenä ja sielunruokana nousemaan vastapainoksi helpolle mediavihteelle? On tarjottava tietoarvoltaan rikkaita sisältöä ihmisille ”mediaseksikkäällä” tavalla. Kirjallisuuden on pyrittävä tarjoamaan laadukkaita, tietoarvoltaan rikkaita elämyksiä ja saman aikaisesti säilytettävä kulttuurinen asemansa ja nauttimansa arvostus.

5.5 Suurteosten tulevaisuus

Vuoden 2005 jälkeen suurteosten myynti on romahtanut ja muidenkin tietokirjojen myynti on laskenut selvästi. Niiden häviäminen verkon tarjonnalle on tehnyt loven joidenkin kustantamoiden talouteen. Suurteokset ovat olleet kustantajille suuria taloudellisia ponnistuksia ja riskejä, mutta onnistuessaan myös hyvin tuottoisia. Kielialueen ja väestön määrän huomioon ottaen Suomessa on myyty suurteoksia luultavasti enemmän kuin missään muualla. (Ekholm & Repo 2010, 71-73.) Ihmiset ovat vuosikautia keränneet suurteoksia kirjahyllynsä näyttäviksi sarjoiksi, jotka sitten siirtyvät perintönä sukupolvelta toiselle. En usko, että kiinnostus painettua suurteosta kohtaan katoaa kokonaan, ja se saattaa jopa saada tulevaisuudessa uutta arvostusta tässä mediaähkyn ja välipalatiedon massoittavassa maailmassa. Digitalisoitumisen aikakausi on kuitenkin verottanut suurteosten myyntiä, joten mielestäni olisi aiheellista harkita suurteosten mahdollisuuksia erottautua massasta arvokkaana teoksena myös digitaalisessa ympäristössä.

Välityskanavasta riippumatta suurteosten käsittelemiä aihepiirejä ja teosten tavoittelemia kohderyhmiä on syytä arvioida tarkkaan. Riittääkö nuoremmilla nollaviive- ja tietoyhteiskunnassa kasvaneilla ihmisillä kiinnostusta ja arvostusta painettuja suurteoksia kohtaan? Jos toimivan digitaalisen suurteoksen luomisessa onnistuttaisiin, tavoittaisiko se heidät paremmin? Vanhempi akateeminen sukupolvi puolestaan saattaa ainakin osittain vierastaa lukulaitteita ja koko teknistä hömpötystä, eivätkä he välttämättä löytäisi suurteosta verkosta. Suurteosten tuottaminen myös digitaalisessa muodossa saattaisi kuitenkin tavoittaa tulevaisuudessa useampia kohderyhmiä ja myöskin loisi täysin uutta lukijakuntaa. Synkästä vallitsevasta tilanteesta huolimatta Maailman kaunein oli myyntimenestys. Halukkaita ostajia oli enemmän kuin myytäviä kirjoja. Haluan uskoa, että teoksen innokas vastaanotto luo toivoa suurteosten tulevaisuuteen myös painetun kirjan osalta.

6. Yhteenveto

Kirja-alalla vallitseva muutos on tullut jäädäkseen ja kehityssuunta on vahvasti digitalisoituva. Digitalisoitumisen myötä painetun kirjan asema kirjamarkkinoilla tulee luultavasti jonkin verran heikkenemään, mutta vahvan kulttuurisen aseman ja pitkän sosiaalisen historian omaavana sille tulee olemaan kysyntää jatkossakin. Molemmat välityskanavat, painettu ja digitaalinen, voivat elää rinnatusten tulevaisuudessa ja tukea toisiaan. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi kirja-alan on avauduttava perusteitaan myöten ja aktiivisesti kehitettävä verkkoon toimivia ansainta- ja jakelumalleja maksuttomuuden ja maksullisen rajapinnalle. Tuotteiden optimaalisen hinnoittelupolitiikan löytyminen on avainasemassa e-kirjan suosituksi tekemisessä ja myöskin tekijänoikeusasioiden kannalta.

E-kirjan on riippuvainen sen lukemiseen käytettävistä lukulaitteista. Niin e-musteella toimiville laitteille kuin tablet-tietokoneillekin löytyy oma käyttäjäkuntansa; lukulaite kannattaakin valita omien tarpeiden mukaan. Lukulaitteiden ergonomia ja mutkaton toiminta on ehdottoman tärkeää miellyttävän lukukokemuksen kannalta. E-kirjojen jakelukanavat ovat Suomessa pitkään junnanneet paikallaan, mutta toimivia malleja haetaan koko ajan. On kuitenkin matkaa siihen, että kaikkia maailmanlaajuisesti eri kirjakaupoista ostettuja e-kirjoja voisi lukea ja hallinnoida joutumatta lataamaan useita eri lukuohjelmia. Jotta parhaat toimintamallit löydetään, on arvioitava asiakkaiden tarpeita ja ymmärrettävä syitä niiden taustalla.

Sisällön laatu ja kehityskelpoisuus ovat avainasemassa, kun pohditaan kannattaako jokin teos julkaista painettuna vai digitaalisena. Tiedon luonne vaikuttaa olennaisesti siihen, kumpi välityskanava palvelee sen tavoitteita parhaiten. Esimerkiksi nopeasti päivittyvää ja uusiutuvaa tietoa ei ole järkevää eikä ekologista painaa paperille. Kun saman nimikkeen alle halutaan luoda sekä digitaalinen että painettu tuote, aiheelliseksi tulee yhteissuunnittelu. Ei ole näiden sisartuotteiden etujen mukaista sitoa niiden yleisilmettä ja toiminnallisuutta liiaksi toisiinsa, koska pakotettua harmoniaa ei välttämättä löydy. Ideaalisessa tapauksessa yhteissuunnittelun tuloksena toteutetut julkaisut ovat keskenään saman aikaisesti vapauttavasti erilaiset ja sopivasti yhtenevät, ja kumpikin hyödyntää taitavasti oman välityskanavansa parhaita ominaisuuksia.

Graafisen suunnittelijan työn merkitys korostuu entisestään julkaisujen pyrkiessä erottautumaan edukseen verkon valtavasta tarjonnasta. Suunnittelijan on kyettävä elämään ajan hermolla ja pyrittävä päivittämään myös omaa osaamistaan jatkuvasti päivittyvässä ja muuttuvassa mediaympäristössä.

Painettujen suurteosten asema on heikentynyt, joten olisi aiheellista harkita myös sähköisten suurteosten tuottamista. Digitaalisen ilmaisun keinot lisäarvon tuottamiseen aineettomille julkaisuille ovat moninaiset, ja pohjaavat vahvasti elämyksellisyyteen ja vuorovaikutteisuuteen. Huolella rakennettujen elämyskokonaisuuksien ja sähköisen välityskanavan ilmaisukeinojen hyödyntämisen avulla yleinen kirjallisuus ja myös suurteokset voivat loistaa ja tarjota helpolle mediaviihtelälle vastapainoa.

Edellä läpi käytyjen aiheiden selvittäminen tässä opinnäytetyössä on ollut mielenkiintoinen ja yllättävän suuritöinen projekti. Tiedonhaku ja lähteiden kasaaminen tuntui mielekkäältä, koska opinnäytetyössä käsitellyt aiheet kiinnostavat minua kovasti. Suuren aihealueen ja keräämäni tietomäärän vuoksi haasteellisimmalta on tuntunut kokonaisuuden pitäminen kassassa ja oleellisten tiedonjyvasten valikoiminen tekstiin. Olisinkin voinut jättää varsinaisen sisällön työstämiseen enemmän aikaa. Olen kuitenkin hyvin tyytyväinen siihen, miten paljon uutta opin tämän prosessin myötä ja juuri oppimisen näen itselleni suurena hyötynä. Vaikka opinnäytetyöni on vain pintaraapaisu kirja-alalla vallitsevasta tilanteesta ja graafisen suunnittelijan roolista muutoksessa, toivon työni olevan hyödyksi kaikille, jotka yrittävät selvittää itselleen kirja-alan tämänhetkisiä tapahtumia ja niiden kehityssuuntaa.

Lähteet:

Akateeminen kirjakauppa 2012: E-kirjat

<http://download.akateeminen.com/fi/ekirjat/> (30.4.2012)

Carr, Nicholas 2010: Pinnalliset – Mitä Internet tekee aivoillemme? Helsinki: Terra Cognita

Francone, Jeremie & Nigay, Laurence 2012: 3D Displays on Mobile Devices: HCP 30.4.2012.

<http://iihm.imag.fr/en/demo/hcpmobile/> (29.4.2012)

Friedlander, Joel 2012: 3 Secrets to e-Book Cover Design Success. The Book Designer 9.1.2012.

<http://www.thebookdesigner.com/2012/01/3-secrets-to-e-book-cover-design-success/>
(29.4.2012)

Graziano, Dan 2012: World's First Flexible e-Paper Display Heads into Mass Production

29.3.2012. <http://www.bgr.com/2012/03/29/worlds-first-flexible-e-paper-display-heads-into-mass-production/> (29.4.2012)

Grossman, Adam 2010: 3D Rotating Molecules on the iPhone/iPad. <http://blog.jackadam.net/2010/3d-rotating-molecules-on-the-iphoneipad/> (29.4.2012)

Ekholm, Kai & Repo, Yrjö 2010: Kirja tienhaarassa vuonna 2020. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press

eLibris 2012: Adobe Digital Editions – Asennusohjeet

http://www.elibris.fi/pages.php?page=digital_editions_ohjeet&language=fi (30.4.2012)

Estes, Adam Clark 2011: Spotify Is Killing Piracy (in Sweden at Least). The Atlantic Wire

29.9.2011. <http://www.theatlanticwire.com/technology/2011/09/spotify-killing-piracy-sweden-least/43103/> (25.4.2012)

Infinite OZ 2012: The Infinite OZ. <http://www.syfy.com/tinman/oz/> (29.4.2012)

Järvinen, Petteri 6/2004: Tieto happenee. Tietokone-verkkolehti. http://www.tietokone.fi/lehti/tietokone_6_2004/digitieto_happanee_3004

Kaijärvi, Janne 2012: Lukulaite kaupan päälle. Metro 14.2.2012

Kairisalo, Nina 2010: Epinen - Käytännön opas e-kirjoihin. [EPUB] Into Kustannus

Kupiainen, Reijo & Sintonen, Sara 2009: Medialukutaidot – osallisuus – mediakasvatus. Helsinki: Tekijät ja Gaudeamus

Laaksonen, Kaj 2011: Kirjahylly taskussa. MikroBitti marraskuu/2011.

Luukkonen, Marsa 2011: Viedäänkö oppijaa kuin pässiä narussa? Opettaja 36/2011.

Mottes, Miki 2012: Portfolio. <http://www.mikimottes.com/portfolio.htm> (29.4.2012)

Pink, Daniel (2006). A Whole New Mind. Why Right-Brainers Will Rule the Future. London: Cyan Books.

Pulliainen, Tanja 2012: Painetusta kirjasta sähköiseksi – EPUB-julkaisuformaatin käyttö. <https://publications.theseus.fi/handle/10024/39133> (17.4.2012)

Rautio, Pia 2010: Kirja tekee hyvää, erään kuvakirjaproduktin haasteet
https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/13838/Rautio_Pia.pdf?sequence=1
(20.4.2012)

Saarinen, Lauri & Joensuu, Juri & Koskimaa, Raine (toim.) 2003: Kirja 2010 – Kirja-alan kehitystrendit. Jyväskylä: Nykyluktuurin tutkimuskeskus, Jyväskylän yliopisto

Stenvall-Virtanen, Sari. Grönlund, Mikko. Norberg, Aarne. Pönni, Veijo & Toivonen, Timo E. 2011: Digitalisoitumisen vaikutukset luovien toimialojen liiketoimintamalleihin. Luovan Suomen julkaisuja 4. <http://www.luovasuomi.fi/tietoa/julkaisuja> (20.4.2012)

Suomalainen kirjakauppa 2012: Ohjeet kokonaisuudessaan
<http://ekirja.suomalainen.com/ohjeet/> (30.4.2012)

Teknari 2012: iPadit tekivät Applesta eniten myyvän tietokonevalmistajan <http://www.teknari.fi/2012/01/ipadit-tekivat-applesta-eniten-myyvan-tietokonevalmistajan/> (23.4.2012)

Tilastokeskus 2012: Kirja
<http://www.stat.fi/meta/kas/kirja.html> (23.4.2012)

Väliaho, Tuomo 2012: Läppäri laulaa punk-asenteella. Helsingin Sanomat 27.3.2012

Waterlife 2012: The Story of the Last Great Supply of Fresh Drinking Water on Earth. <http://waterlife.nfb.ca/> (29.4.2012)

Wikipedia 2012a: Herakleitos
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Herakleitos> (16.4.2012)

Wikipedia 2012b: Tietoyhteiskunta
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Tietoyhteiskunta> (16.4.2012)

Wikipedia 2012c: Spotify
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Spotify> (20.4.2012)

Wikipedia 2012d: Kirja
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Kirja> (23.4.2012)

Wikipedia 2012e: iBooks
<http://en.wikipedia.org/wiki/iBooks> (30.4.2012)

Wikipedia 2012f: Stop Online Piracy Act
http://fi.wikipedia.org/wiki/Stop_Online_Piracy_Act (23.4.2012)

Kuvalähteet:

Kuva 1: iPad 3. Rego Korosi 2010. flickr Rego – d4u.hu
<http://www.flickr.com/photos/36234195@N04/4334862666/> (29.4.2012)

Kuva 2: Kindle 4. Geeky Gadgets 2011.
<http://www.geeky-gadgets.com/kindle-4-now-has-a-30-advert-opt-out-option-06-10-2011/>
(29.4.2012)

Kuva 3: Taipuisa lukulaite. BGR / Dan Graziano 2012.
<http://www.bgr.com/2012/03/29/worlds-first-flexible-e-paper-display-heads-into-mass-production/> (30.4.2012)

Kuva 4: Suurteoksen kansi. Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuvat 5 ja 6: Prosessikuvia. Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuvasarja 1: Aukeamakuvia taitosta. Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuva 7: Typografia. Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuvasarja 2:

a) Hääkutsu, Erin McCall 2008 / Adventures in Letterpress. <http://adventuresinletterpress.blogspot.com/2008/11/letterpress-printing-plates.html> (1.5.2012)

b) Vistacaballo, Studio On Fire 2010. http://www.beastpieces.com/wordpress/wp-content/uploads/2010/03/0011_vistacaballo_letterpress_paper_variety_detail-600x450.jpg (1.5.2012)

c ja d) Maailman kaunein, Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kuva 8: Kuvakaappaus Miki Mottesin internet-portfoliosta:
<http://www.mikimottes.com/portfolio.htm> (28.4.2012)

Kuva 9: MacObserver, 2012 / Vern Seward
http://www.macobserver.com/tmo/article/the_beatles_yellow_submarine/ (1.5.2012)

Kuva 10: Kuvakaappaus Waterlifen verkkosivuilta: <http://waterlife.nfb.ca/> (28.4.2012)

Kuva 11: Kuvakaappaus Infinite OZ -sivustolta: <http://www.syfy.com/tinman/oz/> (28.4.2012)

Kuva 12: Kuvakaappaus Adam Grossmanin videosta (2010) sivulla: <http://blog.jackadam.net/2010/3d-rotating-molecules-on-the-iphoneipad/> (28.4.2012)

Kuva 13: Kuvakaappaus 3D-simulointia esittelevästä videosta Head Tracking for iPad: Glasses-Free 3D Display. Jeremie Francone & Laurence Nigay, 2012. Sivulta: <http://iihm.imag.fr/en/demo/hcpmobile/>

Kuva 14: Stuart Miles 2010 / Best iPad books and apps for reading. <http://www.pocket-lint.com/images/dynamic/NEWS-32650-1feb28461f52ea08365847478728da90.jpg>

Kuva 15: Lax Papineni 2011. <http://designinstruct.com/web-design/create-a-slick-video-player-ui-in-photoshop/> (1.5.2012)

Kuva 16: One book, nine e-reader apps – Part 2. 2011. <http://rightwordsoft.com/blogs/2011/07/20/one-book-nine-e-reader-apps-part-2/> (1.5.2012)

Kuva 17: Miina Markkanen / Kustannusosakeyhtiö Tammi.